

Katarzyna Szalewska

ORCID: 0000-0003-2121-9864

Uniwersytet Gdański

***Guilty pleasure* Doroty Masłowskiej i Krzysztofa Vargi — o grach komunikacyjnych (z) popkulturą**

Słowa kluczowe: felieton, popkultura, komunikacja literacka, ironia, *guilty pleasure*

Keywords: feuilleton, pop culture, literary communication, irony, guilty pleasure

Od czasu gdy Bolesław Prus w swych tygodniowych kronikach prześmiewczo opisywał warszawskie salony towarzyskie, raczkujące w XIX wieku kultura popularna i masowa rozwinęły się w znakomity sposób. Ta ekspansja spowodowała, jak wiadomo, ich głębokie osadzenie się w świadomości nie tylko przeciętnych odbiorców, lecz także samych pisarzy. Wywodzące się z ich obszarów klisze — słowne i obrazowe — tworzą dziś równouprawniony z cytatami z tak zwanej kultury wysokiej rezerwuar intertekstualnych odniesień. Intrygująca interpretacyjnie staje się zwłaszcza sytuacja, w której kultura popularna przekształca się w temat wypowiedzi aspirujących do artystycznie wyższych rejonów. Innymi słowy — kiedy pisarz bierze na warsztat zjawisko popkultury i formułuje poświęcony jej dyskurs metatekstowy. Na tego typu intertekście oparte są dwa zbiory felietonów powstałych pod piórem znanych i chętnie z popkulturowych odniesień korzystających autorów: Doroty Masłowskiej i Krzysztofa Vargi.

Zbiór felietonów Doroty Masłowskiej *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu* został wydany przez Wydawnictwo Literackie w 2017 roku. Całość jest przedrukiem tekstów publikowanych przez autorkę w latach 2014–2016 na łamach internetowego czasopisma „dwutygodnik.com”. Z kolei *Polska mistrzem Polski* to seria felietonowych wypowiedzi Krzysztofa Vargi, wydana w formie książkowej w 2012 roku przez Agorę, a będąca kompilacją wcześniejszych tekstów ukazujących się w dodatku do „Gazety Wyborczej” — „Dużym

Formacie”. Oba omawiane zbiory łączą cechy tekstowe, które wynikają z przyjęcia felietonowej formy. Nie chcąc przywoływać wielowątkowej i w licznych wypadkach bezkonkluzywnej dyskusji nad gatunkowymi wyróżnikami felietonu¹, dość przypomnieć, że książki Masłowskiej i Vargi charakteryzuje między innymi różnorodność treści, lekkość opowiadania, szybkie zmiany tematu w obrębie wypowiedzi, nawiązania do aktualnych w momencie pisania wydarzeń, wytworny styl — erudycyjny, ale i lekki, pełen humoru (często ironicznego czy satyrycznego), opieranie kompozycji na koncepcie, wyraźnie zarysowana sylwetka autora (czasami ukrytego za skonstruowaną maską), subiektywizm i prasowy rodowód składających się na nie „odcinków”. A skoro tak ważna dla felietonu jest aktualność tematu oraz stworzenie wspólnoty tekstowych odniesień między autorem a czytelnikiem, nie dziwi, że kultura popularna okazuje się znakomitym materiałem dla wypowiedzi utrzymanych w omawianym gatunku.

Książkę Masłowskiej cechuje tematyczna *varietas*. Jak informuje zapowiedź publikacji na stronach Wydawnictwa Literackiego,

„Pasożytniczą rakowatą naroślą na wyższej kulturze” nazywał Dwight Macdonald kulturę masową w 1962. Ponad pół wieku później możemy śmiało powiedzieć, że narodziła się nie tylko rozkwitła najdłuższymi kolorami, ale też całkowicie zdominowała nasze życie codzienne, środki przekazu, język potoczny i masową wyobraźnię. Seriale i paraseriale, szkoły podrywku i tanie loty, *Kuchenne Rewolucje*, *Azja Express* i *Przyślij przepis* to zjawiska, które wpływają na nasze życie, nawet kiedy odsuwamy się od nich ze znużeniem i niesmakiem. I zazwyczaj mówią o naszym świecie dużo więcej, niż zamierzają. W książce *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu* [...] Dorota Masłowska w niepodrabialnym stylu przetrząsa lumpeks kultury współczesnej, wyciągając z niego zjawiska niekoniecznie chwalebne i atrakcyjne, ale nieodmiennie barwne i wielomówne².

Znamienne jest użycie słowa „lumpeks” na określenie rejonów kultury eksplorowanych przez Masłowską. Nie wydaje się jednak, aby pisarka buszowała w sklepie z używanymi produktami, które dla kogoś innego stają się bezużyteczne. Przeciwnie — tym, co uspołnia zbiór *Jak przejąć kontrolę nad światem...*, jest właśnie poświęcanie uwagi zjawiskom kultury bardzo wyraźnie obecnym w masowej wyobraźni odbiorców, często zajmującym centralną pozycję w imaginarium nowoczesnego uczestnika uniwersum tekstów i obrazów.

Jeśli cykl autorstwa Masłowskiej można przyrównać do swoistych szkieł antropologiczno-socjologicznych, to książka Vargi jest znacznie głębiej zanurzona w eksplorowaniu problemu polskości.

Siedemdziesiąt sześć felietonów o kinie, literaturze, polityce i Polakach, czyli kilka słów Krzysztofa Vargi o tym, jak kultura masowa wkroczyła na salony. Polska według Krzysztofa

¹ Zob. M. Gumkowski, *Felieton*, [hasło w:] *Słownik literatury polskiej XIX wieku*, red. J. Bachórz, A. Kowalczykowska, Warszawa 1997; M. Pietrzak, *Polski felieton dawniej i dziś. Kilka uwag z ewolucji gatunku*, „Język a Kultura” 23, 2012; P. Stasiński, *O felietonistycznym działaniu*, [w:] *idem, Poetyka i pragmatyka felietonu*, Wrocław 1982.

² Wydawnictwo Literackie, <https://www.wydawnictwoliterackie.pl/ksiazka/4278/Jak-przejac-kontrolę-nad-swiatem-nie-wychodzic-z-domu---Dorota--Masłowska> (dostęp: 8.10.2019).

Vargi, czyli co łączy Wokulskiego i wampiry, naszą telewizję i Berlusconiego, dynastię Piastów i współczesne seriale. W siedemdziesięciu sześciu felietonach — zaskakujących, kąśliwych i niewygodnych, bo do bólu prawdziwych — znany pisarz zastanawia się nad tym, w którą stronę w ostatnich latach podążają polska kultura, obyczaje i polityka³.

Ten skrótowny przegląd pozwala nie tylko wyobrazić sobie tematyczną rozpiętość książki Vargi, ale też dominującą w zbiorze tendencję, jaką jest opieranie konceptu felietonu na kontrastowym zestawieniu tekstu reprezentującego w powszechnej świadomości „kulturę wysoką” z przykładem z zakresu kultury popularnej lub masowej (te zresztą pisarz wyraziście rozgranicza⁴), jak choćby we fragmencie poświęconym jednocześnie *Lalce* Prusa oraz tytułowi... *Duma i uprzedzenie i zombi*.

Masłowska jawi się w swoich felietonach jako ironiczna etnolożka badająca ze zdumieniem i rozbawieniem gusta „ludu”, Varga natomiast znacznie częściej wciela się w rolę zgorzkniałego intelektualisty, przedstawiciela wymierającego gatunku koneserów kultury, przerażonych naporem złego gustu i wąskich horyzontów odbiorczych⁵. Wspólne dla obu twórców pozostają jednak, co będzie ważne dla dalszych analiz komunikacyjnych gier z czytelnikiem, trzy strategie tekstowe. Po pierwsze — *a priori* założone istnienie granicy między kulturą „wysoką” a „niską” i wiara w intuicyjne rozpoznanie tych granic zarówno przez siebie samych, jak i własnych czytelników. Po drugie — świadome przekraczanie wspomnianej linii demarkacyjnej oraz eksplorowanie terytorium sztuki popularnej i masowej, które wiąże się znów z szeregiem retorycznych zabiegów usprawiedliwiających własne lekturowe i filmowe wybory, do czego wypadnie jeszcze powrócić. I wreszcie, po trzecie — próba tematykacji samego procesu obioru popkultury, która przynosi wiele interesujących spostrzeżeń na temat — by posłużyć się znanymi pojęciami — stylów i świadectw recepcji kultury popularnej. Te trzy aspekty czynią oba omawiane zbiory ciekawym „materiałem” do badań nad problematyką odbioru w kontekście zjawiska kultury popularnej, co okazuje się wielorako złożonym zagadnieniem. Mamy tu bowiem do czynienia z komplikacją sytuacji komunikacyjnej na kilku płaszczyznach — w relacji Var-

³ Blurb reklamujący książkę, powielany w mediach, zob. np. <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/150205/polska-mistrzem-polski> (dostęp: 8.10.2019).

⁴ Już we wstępie do książki Varga pisze: „Powtarzam od lat maniakalnie, że nie mam nic przeciwko kulturze popularnej, wiele dzieł popkultury to prawdziwe arcydzieła, nie ma miejsca, by je tu wymieniać, organicznie i alergicznie nie znoszę natomiast kultury masowej. Rozgraniczenie między popkulturą a masskulturą jest dla mnie rozgraniczeniem zasadniczym i fundamentalnym. Kultura masowa to gwiazdy tańczące i gwiazdy jeżdżące na łyżwach, kultura masowa to festyn z grillem i darmowy koncert obciachowej piosenkarki zwanej z jakiegoś powodu artystką” — *idem, Polska mistrzem Polski*, Warszawa 2012, s. 7; dalej wszystkie cytaty ze zbioru autorstwa Vargi za tym wydaniem, w nawiasie podaję więc wyłącznie numer strony.

⁵ Ciekawe zresztą, w jakim stopniu te rozbieżności wynikają z różnicy pokoleniowej między autorami — Masłowska urodziła się w 1983 roku, Varga zaś to rocznik 1968 — a zatem także z różnicy w „stylu” odbioru popkultury i stopnia „zanurzenia” w kulturze masowej.

ga/Masłowska a tekst kultury popularnej, którego są odbiorcami; w relacji Varga/Masłowska a tekst felietonu, który stanowi tematyzację procesu wcześniejszego odbioru popkultury; i w relacji Varga/Masłowska a czytelnicy ich felietonów, z którymi również prowadzą ironiczną grę.

Kinga Dunin, recenzując *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu* na łamach „Krytyki Politycznej”, zauważa:

Interesująca wydaje mi się też pozycja, z której Masłowska to pisze. Ludzie naprawdę kulturalni nie zniżają się do kontaktu z niczym, co nie jest wystarczająco wysokoartystyczne. Ludzie po prostu kulturalni wciąż jeszcze odróżniają to, co powinno im się podobać, od tego, co czasem im się podoba, nawet jeśli nie powinno. W efekcie przyjmują często pozycję zdystansowanej wyższości (oglądam, żeby zobaczyć, co lud ogląda) albo, w najlepszym razie, tłumaczą się *guilty pleasure*. Masłowska jest osobą kulturalną — czytana, co daje nam do zrozumienia niby mimochodem, oglądając właściwe filmy, znając obce wyrazy, świetnie operując językiem i wdzięcznie go naginającą, ale o serialach, paradokumentach, formatach telewizyjnych opowiada ze szczerym zaangażowaniem widza, zero *guilty*. Jednocześnie wyśmiewa się i daje się wciągnąć. To się nazywa snobizm na brak snobizmu!⁶

Dunin dotyka w swojej wypowiedzi istotnego zagadnienia w kontekście książek Masłowskiej i Vargi, a więc problemu konstrukcji podmiotu mówiącego. Rzecz jasna, forma felietonowa stwarza szczególną przestrzeń do literackiej komunikacji między nadawcą i odbiorcą. Ten pierwszy przyjmuje — zależnie od wybranego w danym felietonie konceptu — rolę moralizatora, satyryka, błazna albo mędrca, nauczyciela i bliskiego znajomego, bywalca i zdystansowanego obserwatora. Odbiorca z kolei jest nieusuwalnie wpisany w tekst i to jego obecność determinuje retoryczne strategie felietonisty. W przestrzeni tak zarysowanej gry komunikacyjnej przypadek tekstów Masłowskiej i Vargi wydaje się wyjątkowo interesujący. Z jednej strony swoje felietony adresują oni bowiem do dość licznej grupy czytelniczej. Konsekwentnie pielęgnują wspólną interpretacyjną⁷ z odbiorcą przez liczne nieobce felietonowi zabiegi retoryczne. Znajdziemy więc

⁶ K. Dunin, *Rec. D. Masłowska, Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu*, „Krytyka Polityczna” 12.06.2017, <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/kinga-dunin-czyta/polki-pisza/> (dostęp: 8.10.2019).

⁷ „[...] narracyjno- i wspólnototwórcze właściwości ma w moim odczuciu w roku 2016 *Azja Express*. [...] po paru odcinkach człowiek się przywiązuje. Jakiegokolwiek kocopoty by bohaterowie prawili, jakie okropne epifanie z piekła książek Paula Coelho rodem by przeżywali, jakich głupich fum by się dopuszczali — w jakimś akcie prąbezbrowności mózg dodaje ich do znajomych. Ta irracjonalna jednostronna więź, a raczej przywiązanie oglądającego do oglądanych, to właśnie najmniejsza jednostka prowizoryczno-efemerycznej wspólnoty, która *à propos reality show* powstaje i której mimowolnie zostajemy członkami” — D. Masłowska, *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu*, il. M. Chorąży, Kraków 2017, s. 192, 196; dalej wszystkie cytaty ze zbioru autorstwa Masłowskiej za tym wydaniem, w nawiasie podaję więc wyłącznie numer strony. Także w tym fragmencie dochodzi za sprawą ironii do dwuznaczności sensów — pisarka bowiem jednocześnie problematyzuje kwestię tworzenia wspólnot interpretacyjno-emocjonalnych i konstruuje taką wspólnotę z własnym czytelnikiem (który zna, choć nie ceni Coelho, który ogląda, choć z dystansem, *reality show* itp.).

w omawianych tekstach i bezpośrednio zwroty do odbiorcy⁸, i przywoływanie (czy też raczej — konstruowanie) wspólnego dla pisarza i czytelnika kontekstu interpretacyjnego, i wreszcie budowanie szczególnej wspólnoty emocjonalnej opartej na familiarnym spoufaleniu się⁹. To z kolei staje się możliwe dzięki posiadaniu łączącego ich sekretu, jakim jest wstydlivy udział w popkulturze.

Z drugiej strony mimo relatywnie szerokiego adresu czytelniczego, który wiąże się z prasowym rodowodem tekstów Masłowskiej i Vargi, odbiorca tych felietonów musi posiadać wielorakie kompetencje — obeznanie w toposach kultury popularnej musi wszak iść w jego świadomości w parze ze stosunkiem ironicznym do niej i autoironicznym wobec własnego w niej uczestnictwa¹⁰. Innymi słowy korzystaniu z uroków „pop” towarzyszyć powinna implikowana wiedza o istnieniu i wyższości „kultury wysokiej”. W tym miejscu interpretacja książek Masłowskiej i Vargi zaczyna wikłać się w rozmaite paradoksy. Autorzy ci, sami postulując zniesienie granic między kulturą „elitarną” a „niską”, jednocześnie te linie demarkacyjne podkreślają. Można by więc tu mówić — w analogii do metaforyki przestrzennej — o granicy „widmowej”, która, choć fizycznie nie istnieje, oddziałuje na realne zachowania i wybory.

Widać to choćby w autotematycznych i autoironicznych wypowiedziach Masłowskiej, jak na przykład ta, w której autorka wyznaje:

Tak i ja po moich dwutygodnikowych felietonach utknęłam w kondycji samozwańczej specjalistki ds. dziadowskich programów telewizyjnych i nagadawszy się o tej swojej pasji, naobnosiwszy się z nią, naświetliwszy i zanalizowawszy ją publicznie wzdłuż i wszerz, czułam, że mam już swój ogon w ustach, i że nie jest on ani smaczny, ani nawet pogryzalny, a ja mamle, mamle, żuję, kręcąc mordą, a w myślach myślę: a co wy mi tu będziecie, co ja oglądam. Ja to może kiedyś oglądałam, teraz wcale nie to oglądam! I już na *full* włączony konkurs chopinowski, i retrospektywa Wan-Tu-Sana na TVP Kultura NA CAŁĄ EPĘ, tak że każdy w bloku już słyszy!!!! A ja poguję po całym tapczanie!!!¹¹

W satyrycznym tonie Masłowska dokonuje analizy własnych wyborów jako konsumentki kultury uwikłanej w grę między tym, co wypada pisarce, intelektualistce, a tym, co zbliża ją do szerokiej rzeszy czytelników prasowych felietonów i czyni z niej „zwyczajną” dziewczynę oglądającą „dziadowskie programy tele-

⁸ Dla przykładu: „Proszę się jednak nie przejmować tym, że Garavaglia opisuje przypadki nagłych i tajemniczych śmierci, kreśli mapę wnętrzości pożartych przez choroby alkoholowe, tytoniowe czy narkotykowe, większość z Państwa zejdzie z tego świata” (Varga, s. 160).

⁹ Zob. np. „należę do tej bezimiennej masy frajerów, która czyta, a co więcej — kupuje książki, wywalając na to konkretne pieniądze. Wywalam je także na płyty i filmy, jest to wywalanie systematyczne i jak to systematycznymi uzależnieniami — rujnujące finanse i zdrowie” (Varga, s. 129).

¹⁰ Dla przykładu: „Oczywiście poszedłem na ten film z pełną premedytacją, mając mocne przekonanie, że będzie to katastrofa, nie ma tu mowy o jakimś zaskoczeniu, rozczarowaniu, nie powiem przecież, że wybrałem się na seans, oczekując po tej głątwie czegoś sensownego, inteligentnej rozrywki, solidnie skrojonego kina komercyjnego” (Varga, s. 265).

¹¹ D. Masłowska, *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu (20)*, „dwutygodnik.com”, <https://www.dwutygodnik.com/artykul/7909-jak-przejac-kontrolę-nad-swiatem-nie-wychodz-z-domu-20.html> (dostęp: 5.10.2019).

wizyjne”. Widmowa granica nadal zatem oddziałuje i staje się zasadą komunikacyjnej gry autorki.

Rozgrywki te prowadzone są jednak również na poziomie „meta” — zarówno Masłowska, jak i Varga nie ujawniają się przecież jako odbiorcy popkultury, ale przede wszystkim jako jej interpretatorzy, co czyni serialowe i telewizyjne wybory usprawiedliwionymi. Podobną nutę usłyszymy w felietonach Vargi, jak choćby w następującym fragmencie:

Czasami z niejasnych powodów lubię się upodlić, zafundować sobie trzydniówkę z polskim filmem, osobliwie z polskimi komediami, nie ma nic bardziej dołującego niż polskie komedie romantyczne i sensacyjne. Właściwie nie wiem, czemu to robię, stoi za tym jakiś imperatyw kataryzacyjny, nie chcę tego oglądać, nie chcę wydawać na to pieniędzy, a jednak idę do kina, kupuję bilety, oglądam, pogrążam się w otchłannej bezdennej rozpaczce, bez szans na *katharsis*, które powinno przyjść po tym moralnym upadku, nie wiem, co mnie tam ciągnie, *it's beyond of my control*, jak mawiał hrabia Valmont. (Varga, s. 163)

Varga, pisząc o polskim kinie rozrywkowym, podkreśla własną świadomość jego niskich walorów artystycznych, retorycznie opracowuje strategię usprawiedliwienia (co presuponuje założenie, że należy ją uruchomić w wypadku wypowiedziania się o popkulturze). Dodatkowo nawiązanie do hrabiego Valmonta niejako kompozycyjnie równoważy „moralny upadek” pisarza, stanowiąc „intelektualne zadośćuczynienie” za fatalne wybory filmowe oraz sankcjonując dalszą przynależność felietonisty do rejonów „kultury wysokiej”.

Dunin określiła strategię Masłowskiej jako „snobizm na brak snobizmu” oraz przyjęcie postawy „zero guilty”. Wydaje się jednak, że to właśnie zjawisko *guilty pleasure*, wstydlivej przyjemności, stanowi element najmocniej łączący przywoływanych autorów — wybierających temat felietonu z pełną świadomością implikacji tego kulturowego wyboru — oraz ich czytelników wciągniętych w grę między „winą” a „niewinnością”, „snobizmem”¹² a „szczerością”. Gra ta zasadza się bowiem na oscylowaniu pomiędzy zachowaniem dystansu (a więc również poczucia wyższości) wobec przedmiotu opisu i przedmiotu lektury a przyjemnością uczestnictwa. Pojęcie *guilty pleasure* „(używane od lat dziewięćdziesiątych) odnosi się do wytworów kultury popularnej i jej konsumentów, czyli nas wszyst-

¹² Grę pozowaniem na „snobizm”, „brak snobizmu” i „snobizm na brak snobizmu” widać szczególnie u Masłowskiej, o czym świadczy choćby następujący fragment: „Cytowania Milana Kundery nie uznaję, no, chyba że w pomieszczeniach, w których wiszą też oleje z Marylin Monroe i Audrey Hepburn oraz Nowy Jork z lotu ptaka, wtedy tak. Jednak jeden cytat bardzo mi się zawsze przydaje, kiedy idę obok domu handlowego Sezam, a z witryny kuszą elektrołuksy, podrzewiałe keksówki, luksusowe golarki do ubrań Clatronic, mydelka Imperial Leather i inne symbole dobrobytu, od których kręci się w głowie, zwłaszcza jeśli popić ciociosanem. A zaraz za nimi jest, jak wiadomo, coś w rodzaju »Galerii autorskiej Elżbiety Tudorskiej«, czy coś takiego” (Masłowska, s. 27). U Vargi znacznie częściej do głosu dochodzi strategia konstruowania podmiotu tekstowego jako snoba-autoironisty; zob. „Być może to, co napisałem powyżej, to jest ryk zdychającego mamuta, to jest charchot padającego dinozaura, ale ja bez czytania zadrukowanego papieru nie funkcjonuję” (Varga, s. 172).

kich. Niektórzy zapewne odrzucają całkowicie sam koncept, bo i dla czego coś, co sprawia nam przyjemność, miałyby jednocześnie wywoływać w nas poczucie winy”¹³. Nie chodzi tu jednak o kwestie moralne, lecz estetyczne — przyjemne staje się bowiem synonimem łatwego i bezrefleksyjnego. Stoi więc w opozycji do tego, co „nie-przyjemne”, a zatem trudne, skomplikowane, wymagające wysiłku. *Guilty pleasure* oznacza więc pozycję odbiorcy, który uczestniczy w kulturze „niskiej” (zwłaszcza telewizyjnej), jednocześnie będąc świadomym jej niskich wartości (estetycznych, poznawczych itp.) i z tego powodu odczuwając dyskomfort.

Masłowska i Varga wielokrotnie zjawisko „wstydlivej przyjemności” tematyzują¹⁴, podobnie zresztą jak style odbioru popkultury. Ich teksty można więc potraktować między innymi jako współczesny komentarz do dawnego już tekstu Michała Głowińskiego o *Świadectwach i stylach odbioru*¹⁵. Jeśli zatem uznać *Jak przejąć kontrolę nad światem...* oraz *Polska mistrzem Polski* za świadectwa odbioru konkretnych tekstów kultury (seriali, książek, programów telewizyjnych), to trzeba by przyjąć, że konsumpcja popkultury implikuje odmienne problemy odbioru niż recepcja „kultury wysokiej”. Kluczowe okazuje się tu bowiem pojęcie przyjemności, obarczonej dodatkowo winą. Douglas Holt, opierając się na badaniach Pierre’a Bourdieu, twierdzi, że

konsumenci dostrzegają różnicę nie tylko między konsumpcją określonych form kultury, ale także różnice w sposobie konsumpcji tych produktów. Rozwijając tę myśl Holta, twierdzić można, że kiepskie programy telewizyjne (ang. *bad television*) są odbierane ze świadomością widzów o istnieniu symbolicznej granicy między „kiepską” a „dobrą” telewizją. Widzowie zachowują świadomość tych granic i towarzyszącego im statusu kulturowego nie poprzez powstrzymywanie się od przedmiotów kulturowych uważanych za niskie, ale zamiast tego poprzez ich ironiczne oglądanie, za pomocą wrażliwości kempowej lub jako wstydlivą przyjemność (ang. *guilty pleasure*)¹⁶.

Przytoczone uwagi z powodzeniem można zaaplikować do interpretacji obu zbiorów felietonów. Ironia staje się podstawowym zabiegiem w tekstach Masłowskiej i Vargi nie tylko ze względu na jej powinowactwa z felietonowym gatunkiem, ale też z powodu jej użyteczności dla kamuflowania własnego „ja”. Ironia okazuje się poręczną tarczą, za którą można ukryć prawdziwe emocje związane z odbiorem popkultury, w tym przede wszystkim — *guilty pleasure*. Przyjemność

¹³ T. Kupka, *Guilty Pleasures*, „Pride” 2011, nr 3, cyt. za: P. Sobolczyk, *Nowe formy kampu, nowa klasa kreatywna i wynikające stąd nieporozumienia*, „Praktyka Teoretyczna” 2018, nr 2 (28), s. 205.

¹⁴ Najczęściej nie przywołując tego terminu, choć w tekstach Masłowskiej można znaleźć takie stwierdzenie: „program ten kompilował największe przeboje chodnikowej jebaniny, które nie miały prawa pojawiać się w »normalnej« telewizji, nasze polskie *guilty pleasures*, takie jak: *Ech, pieniądze kochane, kiedy was dostanę, Zupa Romana, Bierz, co chcesz Shazzy, Serduszka dwa Bayer Full, Letni czas*” (Masłowska, s. 55–56).

¹⁵ M. Głowiński, *Świadectwa i style odbioru*, „Teksty” 1975, z. 3.

¹⁶ Ch.A. McCoy, R.C. Scarborough, *Watching “bad” television: Ironic consumption, camp, and guilty pleasures*, „Poetics” 2014, nr 47, s. 42, tłumaczenie własne.

dochodzi jednak niekiedy do głosu, choć szczerść wyznania tym razem kamuflowana jest przez hiperbolę. Masłowska w ten sposób pisze na przykład o swojej recepcji seriali:

Nagle stajemy się skrupulatni, pilni, cierpliwi; klikając na kolejny odcinek, mamy świadomość, owszem, że za oknem świta, ale obowiązek to obowiązek, samo się nie obejrzy. Czy czuliście ten zapal, zew, nagle zaangażowanie? Pierwsze dwa odcinki zawsze stawiają pewien opór; mózg potrzebuje chwili, by złapać konwencję, znieczulić się na chropowatości narracji, dać się oszukać. Ale to tylko przemijalny zgrzyt; zmiana torów na węższe czy tam szersze — nieważne, i tak za chwilę pędzimy już na oslepek, bez ładu i składu; jesteśmy niby szczerze wciskający do utraty tchu i czucia przycisk z przyjemnością. (Masłowska, s. 23)

Podobny opis znajdziemy w tomie Vargi, w felietonie poświęconym serialowi *Lost. Zagubieni*:

Przyznałem się już kiedyś w felietonie, że miewam zawstydające zaległości kulturalne, osobliwie jeśli chodzi o seriale. Powody są dwa, oba zasadnicze: *primo*, nie mam telewizora, *secundo*, nie zasysam z sieci. Często zatem jestem do tyłu z ważnymi serialami, jeśli już, to oglądam na DVD, z intensywnym opóźnieniem. Kiedy jednak postanowię zaległość nadgonić, zabieram się do tego maniakalnie, oglądam po pięć, sześć odcinków naraz. Być może przez to nie mogę się odpowiednio w nich rozsmakować, dawkować ich z rozkoszą i trawić w spokojnej ekstazie, nie mnie to jednak nie obchodzi, ja stawiam na zachłanność. (Varga, s. 75)

„Nagle zaangażowanie”, o którym wspomina Masłowska, czy też „zachłanność”, by posłużyć się określeniem Vargi, to stany towarzyszące recepcji seriali, którym oboje pisarze poświęcają bardzo wiele miejsca. Znamienna staje się ich słabość właśnie do tych tekstów popkultury. Może to też świadczyć o szerszych trendach obserwowanych wśród dzisiejszych konsumentów popkulturowych produktów, którzy skłaniają się w swoich wyborach właśnie ku serialom, co wiąże się również ze zmianą w obrębie samego gatunku telewizyjnego i pojawieniem się zjawiska tak zwanych neoseriali¹⁷.

¹⁷ Jak pisze o tym zjawisku Małgorzata Lisowska-Magdziarz: „Wszystkie te kosztowne i kłopotliwe zabiegi wokół starannej produkcji, wyrazistej estetyki, zręcznie skonstruowanej narracji, umiejętnej gry z fanami nie doprowadziłyby jednak do praktyki oglądania neoseriali jako nowej formy quasi-elitarnej rozrywki, gdyby nie zostały użyte do generowania istotnych, interesujących i głębokich treści. Przypomnijmy, neoseriale z definicji przeznaczone są dla użytkownika zamożnego i wykształconego — to on bowiem może zdecydować o zachowaniu przez telewizję statusu ważnego tekstu kulturalnego i korzystnej przestrzeni dla reklamy dóbr markowych i luksusowych (a nie tylko tanich dóbr szybkozbywalnych). Jest to zatem najczęściej użytkownik o rozmaitych, wysokich kompetencjach kulturalnych — technologicznych, gatunkowych, estetycznych, intertekstualnych. Tematyka neoseriali jest zatem bardziej skomplikowana i »poważniejsza« [...] od seryjnej produkcji telewizyjnej. Pojawiają się tematy historyczne, społeczne, moralne; nierzadkie są związki seriali z literaturą, klasyką filmową; nawet typowe gatunki serialowe, jak kryminały czy opowieści obyczajowe, zostają skonstruowane w taki sposób, by uwydatnić jako swoistą wartość dodaną wymiar moralny czy dylematy etyczne, lub skonstruować złożoną, zniuansowaną relację pomiędzy bohaterami” — *eadem*, *Od redaktora: seriale — nowa jakość czy stare w nowej odsłonie?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 59, 2016, nr 1 (225), s. 12.

W tej perspektywie *Jak przejąć kontrolę nad światem...* oraz *Polska mistrzem Polski* okazują się świadectwami, na których podstawie można pokusić się o rekonstrukcję współczesnych stylów odbioru popkultury. A styl recepcji seriali właśnie wydaje się szczególnie znamieny — nie tylko ze względu na *guilty pleasure*. *Binge-watching* czy też *binge-viewing*¹⁸, jaki staje się udziałem Masłowskiej i Vargi, oznacza nie tylko uniezależnienie odbioru od telewizyjnej ramówki (choć telewizji jako zjawisku wiele miejsca poświęcają oboje autorzy, zwłaszcza Masłowska), lecz także długi, nieprzerwany, angażujący uwagę i emocję proces recepcji kolejnych odcinków, a nawet sezonów ulubionego serialu. Masłowska pisze o „skrupulatności, pilności, cierpliwości”, jakie stają się cechami jej — *pars pro toto* — współczesnego odbiorcy popkultury. „Czy czuliście ten zapach, zew, nagle zaangażowanie?” — zwraca się do czytelników autorka, budując w ten sposób płaszczyznę odbiorczą wspólnoty, i jednocześnie dobierając rzeczowniki mocno przywołujące semantykę emocji. I wreszcie Masłowska pisze przecież o „przycisku z przyjemnością”, co ponownie pozwala wrócić nie tylko do problemu *guilty pleasure*, ale też do prób opisu emocjonalnego wymiaru recepcji kultury popularnej¹⁹.

Poszukując właściwych ram teoretycznych, które pozwoliłyby stematyzować wymykającą się precyzyjnej terminologii problematykę emocji związanych z odbiorem, można się odwołać do proponowanej przez Mariusza Kraskę koncepcji poetyki ludycznej. Projekt ten oznacza badanie sposobu oddziaływania utworu na odbiorcę. Jak pisze Kraska, „poetyka ludyczna jest w swoim zamierzeniu apelem o nową wrażliwość badawczą, która pozwoli lepiej docenić wpływ i znaczenie ludycznego aspektu odbioru i związanej z nim problematyki przyjemności lub jej niedostatku”²⁰. Gdy więc Varga pisze o własnym modelu oglądania seriali, o tym, że „zabiera się do tego maniakalnie, ogląda po pięć, sześć odcinków naraz”, to tym samym potwierdza intuicje wyrażone w formule poetyki ludycznej — rozrywkowy aspekt odbioru i rolę kategorii przyjemności.

Kraska podkreśla wagę zadania literatury popularnej, jakim jest efekt jej oddziaływania na czytelnika. Zwraca uwagę na specjalną rolę, jaką w tej stylistyce odgrywałyby kategorie służące do wzbudzania i utrzymywania zaangażowania czytelników w proces odbioru. Te właściwości recepcji kultury popularnej i masowej bezpośrednio ilustruje fragment felietonu Masłowskiej poświęconego znanemu programowi telewizyjnemu *Kuchenne rewolucje*:

¹⁸ „Najprościej *binge-watching* lub *binge-viewing* można zatem zdefiniować jako intensywny i skondensowany sposób recepcji seriali telewizyjnych, polegający na ich niemal nieograniczonym odbiorze w dowolnie wybranym przez siebie czasie i miejscu. Taki model odbioru zakłada więc celowy wybór treści niezależnie od telewizyjnej ramówki” — A. Karasińska, *Pomiędzy ramówką a serialowym obżarstwem. Jak Polacy oglądają seriale?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 59, 2016, nr 1 (225), s. 53.

¹⁹ Zob. W.J. Burszta, *Kultura popularna jako wspólnota uczuciowa*, „Kultura Popularna” 2002, nr 1.

²⁰ M. Kraska, *Prosta sztuka zabijania. Figury czytania kryminału*, Gdańsk 2013, s. 22.

Sablewskiej sposób na modę czy prowadzony przez jakże przecież opaloną Małgorzatę Rozenek *Piekielny hotel*, obydwaj miałki i jałowe, i pozytywne wyłącznie jako niefarmaceutyczne środki nasenne, choć zbudowane na podobnym schemacie dramaturgicznym „kryzys–przemiana–wzajemny płacz–dobro”, dobitnie pokazują, na czym polega wysoka jakość *Rewolucji*. (Masłowska, s. 82)

Choć przytoczony tekst dotyczy produkcji telewizyjnych, które jednak trzeba odróżnić zarówno od wspomnianych neoseriali, jak i tym bardziej literatury popularnej, to jednak jest reprezentatywny dla stylistyki Masłowskiej opisującej swoje odbiorcze przeżycia. Przeważa w nim bowiem słownictwo nacechowane emocjonalnie: „miałki”, „jałowe”, „środki nasenne” — wskazujące na niedostatek przyjemności odbiorcy. Interpretacja tekstu kultury opiera się tutaj na emocjonalnej i wręcz afektywnej odpowiedzi odbiorcy, na opisie — co przywodzi na myśl charakterystykę właśnie poetyki ludycznej — sposobu jego oddziaływania na widza. Cytując raz jeszcze Kraskę,

Z lekką obawą co do fortunności tego porównania można by rzec, że interesuje ją [poetykę ludyczną — K.S.] marketingowa strona literackiego przedsięwzięcia. Znaczenie wytwarzanego produktu jest dla niej ważne ze względu na sposób budowania relacji z potencjalnymi klientami/czytelnikami. Słowem: w centrum swojego zainteresowania stawia funkcję fatyczną, to znaczy bierze pod uwagę to, w jaki sposób na ogół czyta się książki i jak książki, ewentualnie, starają się podtrzymać kontakt ze swoimi czytelnikami. Rozumieć przez to należy [...] że szczególnym przedmiotem jej uwagi jest to, co dzieje się w trakcie trwania lektury. Nie tyle więc chodzi o finalny efekt, znaczenie tekstu, ile sposób, w jaki ono się wyłania, czyniąc jego częścią także to, jak czytelnik potencjalnie na nie zareaguje²¹.

Wypada sformułować tu ryzykowną i raczej intuicyjną hipotezę, że w wypadku popkultury kluczowym zagadnieniem staje się wspomniana poetyka ludyczna, a dominującymi formami odpowiedzi na kontakt z tekstem kultury — inaczej niż w wypadku tekstów „kultury wysokiej” — są emocjonalne zaangażowanie (u Masłowskiej i Vargi — *guilty pleasure*) lub znużenie jako przejaw nieodczuwania przyjemności.

W wielu fragmentach omawianych felietonów można znaleźć tematyzację relacji między odbieranym tekstem a autorem felietonu jako widzem/czytelnikiem. Przykładem może być choćby następujący cytat ze zbioru Vargi, znamieny także ze względu na świadectwo lekturowych wyborów w obrębie popkulturowej produkcji powieściowej:

każdy dorosły mężczyzna w pewnym momencie musi się nawrócić na klasyczne kryminały *noir*, nie ma innego wyjścia, w życiu mężczyzny, który wkroczył w wiek średni, powrót do powieści Chandlera, Hammetta czy Rossa Macdonalda jest konieczny, można powiedzieć, że to obligatoryjny element wkraczania w ten niebezpieczny wiek. Ja właśnie się nawróciłem, od dwóch tygodni intensywnie pobieram korepetycje, z neofickim fanatyzmem czytam stare kryminały. (Varga, s. 125)

²¹ *Ibidem*, s. 36.

Funkcja fatyczna, która oddziałuje na płaszczyźnie Varga/Masłowska (jako odbiorcy/czytelnicy) a tekst kultury popularnej, zostaje też przeniesiona na płaszczyznę komunikacji między felietonistą a jego czytelnikami. Już w inicyjnym tekście zbioru Masłowskiej czytelnikom oferowana jest:

garść luźnych refleksji o nieco zapoznanym, ale trudnym do zatarcia w pamięci społecznej emitowanym przez TVP w latach 1991–1993 serialu *Dynastia*. „Steven jest gejem”, „Fallon porwało UFO”, „Josephie, przynieś interkom” — to frazy, które tkwią w każdym, kto w latach dziewięćdziesiątych dysponował choć strzępem świadomości. Obejrawszy ostatnio dwa sezony, spróbuję odpowiedzieć na wielokrotnie zadawane mi przez was w listach pytanie: jak serial, z którego nauczyliśmy się życia i w którym zobaczyliśmy, że naprawdę bogaci ludzie chodzą po chacie w butach, prezentuje się po trzydziestu latach (i dwudziestu od emisji w TVP)? (Masłowska, s. 7)

Autorka w kolejnych tekstach dokonuje ironicznej interpretacji swoistych toposów kultury popularnej i masowej. Wcielając się w rolę antropologa-satyryka, rekonstruuje — jak sama to określa — „pamięć społeczną” współczesnych dorosłych przedstawicieli polskiego społeczeństwa, zwłaszcza zaś własnego pokolenia (czyli ludzi urodzonych w latach osiemdziesiątych XX wieku²²). Sięgając po gatunki serialowe (a serialom właśnie poświęconych jest wiele fragmentów *Jak przejąć kontrolę nad światem...*), ustanawia wspólnotę pamięciową i interpretacyjną z czytelnikami. Spoiwem tej wspólnoty jest zaś to, co — wracając do analiz Kraski — dzieje się w trakcie oglądania serialu. Przedmiotem zainteresowania obojga felietonistów, co widać także w używanej przez nich stylistyce opisu oraz w samym sposobie dyskursywizacji problematyki kultury popularnej i masowej, jest nie — posiłkując się koncepcją Kraski — „finalny efekt, znaczenie tekstu, ile sposób, w jaki ono się wyłania”. Masłowska, zastanawiając się nad własnym stylem odbioru kultury (choćby jak we wskazanym fragmencie dotyczącym serialu *Dynastia*), czyni częścią znaczenia serialu to, jak ten oddziałuje na widza, i jednocześnie to właśnie styl odbioru ustanawia fundamentem porozumienia z własnym odbiorcą²³.

Omawiając kwestię gier komunikacyjnych w felietonach Masłowskiej i Vargi, należy również dostrzec tematyzację statusu pisarza, jakiej dokonuje autor *Polska mistrzem Polski*. Z jednej strony u obojga felietonistów bardzo widoczna jest strategia autoironiczna, często połączona z przesadnym umniejszeniem rangi własnej wypowiedzi, z drugiej zaś — w zbiorze Vargi znajdziemy teksty, w których formułuje „poważne” sądy na temat i jakości produkcji kultury masowej, i zagrożenia związanego z obniżaniem się kompetencji odbiorczych dużej grupy

²² Co uwidaczniają liczne fragmenty zbioru, jak choćby: „*Kate i Allie, Alf, Roseanne*, ileż to cudownych pustych popołudni spędzonych w komie na tapczanie na obserwowaniu ludzi, którzy jedzą pizzę na co dzień, jak kartofle, i każdy ma w domu mikrofalę, a nie tylko właściciel wypożyczalni VHS i burmistrz” (Masłowska, s. 41).

²³ O tworzeniu wspólnot wyobrażonych i wspólnototwórczej roli telewizji zob. A. Kisielewska, *Granice telewizyjnych światów a tożsamość kulturowa*, „Idea. Studia nad Strukturą i Rozwojem Pojęć Filozoficznych” 27, 2015.

społeczeństwa²⁴, i wreszcie — na temat roli i statusu współczesnego autora. Jako miłośnik serialu *Californication* wypowiada na przykład następujący sąd:

jestem przekonany, że żaden polski pisarz nie chciałby być Hankiem Moodym. Żaden polski pisarz nie zgodziłby się na to, żeby mieć niemoc twórczą, ale w zamian posiadać piękne kobiety, porsche, dom z ogrodem oraz *last but not least* — małe kace po wielkim chłaniu. Nasuwają mi się na myśl nazwiska polskich klasyków współczesności i żaden z nich na pewno nie chciałby być Hankiem Moodym. Żaden nie chciałby niestety zamienić nawet całej zgrai ponętnych młodych kobiet na niemoc twórczą. Być może jakiś młody pisarz przed debiutem by się na taką zamianę zdecydował, żaden klasyk współczesności na pewno nie. W ogóle etos pisarza przekłętogo, kaskadera literatury, jak sądzę, zupełnie się wyczerpał. (Varga, s. 69)

Rzecz jasna, zacytowany fragment został skonstruowany na zasadzie kontrastu i ironii. Jednak pod humorystyczną, utrzymaną we właściwym dla felietonu swobodnym stylu przykrywką retoryczną kryje się utrzymana w trybie serio wypowiedź autotematyczna o zmianie etosu twórcy i wyczerpaniu jego modeli — niegdyś popularnych (i pożądanых przez odbiorcę, co przecież ponownie konotuje tematykę literackiej komunikacji). Zresztą sympatia, jaką Varga darzy *Californication* i głównego bohatera serialu, wynika częściowo z profesji protagonisty — popkulturowe przedstawienie ponowoczesnego artysty staje się przyczynkiem do rozważań nad rolą twórców w rzeczywistości, nieekranowym, życiu²⁵.

I tutaj dochodzimy, zdaje się, do sedna komunikacyjnych gier w obu omawianych zbiorach. W perspektywie, w której felietony te okazują się autotematycznymi i autoironicznymi próbami określenia własnej tożsamości twórcy w świecie dominacji produktów kultury masowej, do głosu dochodzi nic innego jak — dobrze znana z tak licznych kreacji tekstowego „ja” w literackiej tradycji — ironia romantyczna. Ironia (w tym autoironia romantyczna) to strategia komunikacyjna determinująca zarówno sposób odbioru tekstów kultury popularnej przez Masłowską i Vargę (z dystansem, a przede wszystkim z poczuciem wstydlivej przyjemności), ich autokreację jako felietonistów (tutaj zwłaszcza poprzez retorykę umniejszania wagi własnych sądów, ale też poprzez dowcip i taktykę samo-określania własnej roli jako pisarza — *vide* figura Hanka Moody’ego w zbiorze

²⁴ Dla przykładu: „Przeglądanie list bestsellerów zazwyczaj wpędza mnie w uczucie głębokiego przygnębienia, ma się rozumieć z tego powodu, że nie te książki tam znajdują, które bym chciał znaleźć, czytelnicy z niezrozumiałych powodów nie moimi gustami się kierują, więcej: oni moje gusta ostentacyjnie lekceważą” (Varga, s. 179).

²⁵ Sympatii felietonisty nie zyskuje na przykład model autokreacji, jaki reprezentuje autor *Lubiewa*: „Byłem uważnym czytelnikiem wywiadów Witkowskiego związanych z promocją jego nowej powieści »Margot«, były to wywiady pełne desperacji, można powiedzieć, że jakoś brawurowe, zdesperowany pisarz to jest zazwyczaj pisarz brawurowy. Zaryzykuję nawet teorię, że wywiady, których Witkowski z tej okazji udzielił, to jest w ogóle nowy nurt w literaturze polskiej. [...] Nie widziałem Witkowskiego w programach Majewskiego i Wojewódzkiego, być może rzeczywiście tam był, na Pudelku widziałem go, owszem. Było to dość przykre doświadczenie. Jeśli ktoś zdecydował się na tę ścieżkę kariery, to nie powinien się z tego tłumaczyć, jak się robi z siebie błazna, to należy być tym błaznem konsekwentnie. Błazen, który tłumaczy, dlaczego jest błaznem, robi się błaznem żalonym” (Varga, s. 35–36). Zacytowany fragment to przykład typowego dla Vargi przejścia od utrzymanych w lekkim i żartobliwym stylu uwag do stanowczej diagnozy kultury współczesnej.

Vargi), jak i model porozumiewania się z czytelnikiem (gra między zwierzeniem a kłamstwem, powagą a śmiechem). Ironia także staje się — poprzez implikowany w tej postawie dystans — wygodnym narzędziem do zdyskursywizowania i zniuansowania swojej roli jednocześnie w tym, co Joke Hermes nazywa „kulturalnym obywatelstwem”:

kulturalne obywatelstwo można zdefiniować jako proces tworzenia więzi i budowania wspólnoty, a także jako namysł nad owym procesem, implikowanym poprzez udział w praktykach powiązanych z tekstem, takich jak czytanie, konsumpcja, celebrowanie, krytyka, których dostarcza kultura (popularna)²⁶.

W wypadku omawianych tekstów mamy zatem do czynienia z nagromadzeniem kilku procesów jednocześnie. Masłowska i Varga stają się więc jednocześnie czytelnikami, konsumentami i krytykami popkultury. Być może właśnie to nagromadzenie ról nie pozwala na odczucie czystej przyjemności, pozostawiając miejsce tylko dla *guilty pleasure*. A być może w mocy nadal pozostaje diagnoza Irzykowskiego, przypomniana przez Wiesława Godzica:

Gdy zastanawiam się nad funkcjonowaniem fenomenu przyjemności w filmie i innych mediach elektronicznych, wówczas mam ochotę parafrazować myśl Karola Irzykowskiego, iż „prawdziwy Europejczyk używa kina, ale się go wstydzi”. Filozofowi chodziło o uanacznienie społecznej hipokryzji związanej z funkcjonowaniem nowej sztuki: z jednej strony kino nie weszło do panteonu społecznie akceptowanych praktyk, z drugiej natomiast — było przedmiotem powszechnej fascynacji i zachwyty²⁷.

Wydaje się, że podobny status przynależy dziś całej kulturze popularnej — nie wchodząc do panteonu, lecz budząc fascynację, staje się ona w odbiorze modelowym przykładem *guilty pleasure*.

Bibliografia

Teksty źródłowe

- Masłowska D., *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu*, il. M. Chorąży, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2017.
- Varga K., *Polska mistrzem Polski*, Agora, Warszawa 2012.

Opracowania

- Burszta W.J., *Kultura popularna jako wspólnota uczuciowa*, „Kultura Popularna” 2002, nr 1.
- Głowiński M., *Świadectwa i style odbioru*, „Teksty” 1975, z. 3.

²⁶ J. Hermes, *Re-Reading Popular Culture*, Malden 2005, s. 10, cyt. za: K. Olkusz, *Wszechkultura jako dziedzina badawczej stygmatyzacji*, [w:] *50 twarzy popkultury*, red. K. Olkusz, Kraków 2017, s. 44.

²⁷ W. Godzic, *Widz filmowy w objęciach przyjemności*, „Kultura Współczesna” 1994, nr 2, s. 84.

- Godzic W., *Widz filmowy w objęciach przyjemności*, „Kultura Współczesna” 1994, nr 2.
- Gumkowski M., *Felieton*, [hasło w:] *Słownik literatury polskiej XIX wieku*, red J. Bachórz, A. Kowalczykowska, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Warszawa 1997.
- Karasińska A., *Pomiędzy ramówką a serialowym obżarstwem. Jak Polacy oglądają seriale?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 59, 2016, nr 1 (225).
- Kisielewska A., *Granice telewizyjnych światów a tożsamość kulturowa*, „Idea. Studia nad Strukturą i Rozwojem Pojęć Filozoficznych” 27, 2015.
- Kraska M., *Prosta sztuka zabijania. Figury czytania kryminału*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2013.
- Lisowska-Magdżiarz M., *Od redaktora: seriale — nowa jakość czy stare w nowej odsłonie?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 59, 2016, nr 1 (225).
- McCoy Ch.A., Scarborough R.C., *Watching “bad” television: Ironic consumption, camp, and guilty pleasures*, „Poetics” 2014, nr 47.
- Olkusz K., *Wszechkultura jako dziedzina badawczej stygmatyzacji*, [w:] *50 twarzy popkultury*, red. K. Olkusz, Ośrodek Badawczy Facta Ficta, Kraków 2017.
- Pietrzak M., *Polski felieton dawniej i dziś. Kilka uwag z ewolucji gatunku*, „Język a Kultura” 23, 2012.
- Sobolczyk P., *Nowe formy kampu, nowa klasa kreatywna i wynikające stąd nieporozumienia*, „Praktyka Teoretyczna” 2018, nr 2 (28).
- Stasiński P., *O felietonistycznym działaniu*, [w:] *idem, Poetyka i pragmatyka felietonu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1982.

Źródła internetowe

- Dunin K., *Rec. Dorota Masłowska, Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu*, „Krytyka Polityczna” 12.06.2017, <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/kinga-dunin-czyta-polki-pisza/>.
- Lubimy czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/150205/polska-mistrzem-polski>.
- Masłowska D., *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu* (20), „dwutygodnik.com”, <https://www.dwutygodnik.com/artukul/7909-jak-przejac-kontrolę-nad-swiatem-nie-wychodzic-z-domu-20.html>.
- Wydawnictwo Literackie, <https://www.wydawnictwoliterackie.pl/ksiazka/4278/Jak-przejac-kontrolę-nad-swiatem-nie-wychodzic-z-domu---Dorota--Masłowska>.

Guilty pleasure by Dorota Masłowska and Krzysztof Varga — about communication games with pop culture

Summary

The article is an analysis of two collections of feuilleton — *Jak przejąć kontrolę nad światem, nie wychodząc z domu* by Dorota Masłowska and *Polska mistrzem Polski* by Krzysztof Varga. The key to the analyses presented in the article is the phenomenon of guilty pleasure and shameful pleasure, which is the element that most closely connects the cited authors — choosing the subject of the feuilleton with full awareness of the implications of this cultural choice — and their readers drawn into the game between ‘guilt’ and ‘innocence’, ‘snobbery’ and ‘honesty’. This game is based on oscillating between maintaining a distance (and thus a sense of superiority) towards the subject of description and the subject of reading, and the pleasure of participation. Text strategies related to the guilty pleasure category, involving games with the reader, irony and intertextuality, also remain common to both creators.