



Karol Więch

Uniwersytet w Białymstoku

BLING-BLING W KULTURZE CZARNEGO HIP-HOPU. NIEWOLNICTWO CZY WYZWOLENIE POPRZEZ LUKSUS?

**Bling-bling in the culture of black hip-hop.
Slavery or liberation through luxury?**

Abstract

The article discusses the problem of luxury as a new pattern of interaction in the black hip-hop culture. Ostentatious wealth manifested by rappers is defined as the „bling-bling”, that is something that shines, enslaves and even blinds. However, luxury has become much more than a domain of a few artists. It is an example of showing changes in the socio-economic situation of black Americans as realization of „American dream” by people from the lower classes. The purpose of this article is, on the one hand, to show the liberation which is made possible by the richness, and on the other hand, enslavement to which people are functioning in today’s culture of hedonism – that example is the commercial hip hop music.

Well paid, self made, and its hard out here for a negro
You don't know a thing if you think the worlds changed
It ain't, its just kept on the D-Low
No-one ever wanted to help slaves and my ancestors blood swells
in my veins
Different century, same shit
Chains, whips and slave ships¹

Fragment tekstu utworu rapera Ghetts, *Troubled man*, 2011

Wyraz *bling*, bądź jego reduplikacja w postaci wyrazu *bling-bling*² wpisały się na stałe w słownik kultury popularnej, co potwierdza opracowanie tych haseł przez Oxford University Press i umieszczenie w internetowym tezaurysie oxforddictionaries.com. Według definicji leksykograficznych, wyraz *bling* (*bling*) oznacza 'drogą, ostentacyjną odzież i biżuterię, bądź styl życia/postawę wyrażaną przez materialne artefakty': „*the blinglifestyle of diamondrings, flashycars, and champagne*”³. Inną podstawą wyjaśniającą znaczenie wyrazu *bling-bling* jest wirtualny słownik Urban Dictionary tworzony przez użytkowników internetu. W przeciwieństwie do oficjalnej definicji

1 W wolnym tłumaczeniu:

„Dobrze opłacany, awansujący w drabinie społecznej, a jednak jest tutaj ciężko dla czarnoskórego,

Nie wiesz nic, jeżeli sądzisz, że świat się zmienił,

Nie zmienił się, jest to jednak kamuflowane,

Nikt nigdy nie chciał pomóc niewolnikom, których krew płynie w moich żyłach,

Inny wiek – to samo «gówno»

Łańcuchy, bicze i statki transportujące niewolników”.

2 Nie istnieje powszechna zgoda, co do genezy wyrazu *bling* i jego popularyzacji w slangu hip-hopowym. Według niektórych źródeł pierwsze użycie zwrotu wiąże się z cyklem reklam telewizyjnych pasty do zębów Ultrabrite z lat 70. i 80. XX w., którym towarzyszył „dźwięk błysku” – *bling*. Zob. http://www.cracked.com/article_17332_6-awful-hip-hop-slang-terms-that-are-way-older-than-rap.html, [dostęp: 5.10.2014]. Z kolei prymarne wykorzystanie zwrotu *bling-bling* w utworze hip-hopowym datuje się na 1993 r., w którym powstał remiks utworu Super Cat – Dolly My Baby. Za popularyzatora określenia *bling-bling* uważa się Lil'Wayne'a udzielającego się w utworze Bling-Bling z 1999 r. nagrany przez rapera B.G. z wytwórni Cash Money Records.

3 *Bling*, [w:] Oxford Dictionaries, <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/bling>, [dostęp: 5.10.2014].

oksfordzkiej, Urban Dictionary kolekcjonuje wszelkie możliwe opracowania danego hasła pojawiające się w sieci, dlatego daje znacznie szerszy ogłęd zjawiska. Autorzy objaśnień na urbandictionary.com używają następujących definicji *bling-bling*: 1. 'coś błyszczącego (dźwięk błysku), krzykliwego, drogiego, ekstrawaganckiego, np. biżuteria noszona głównie przez afroamerykańskich artystów hip-hopowych lub osoby pretendujące do bycia gangsterami'; 2. 'platynowe i złote łańcuchy, diamentowe pierścienie, gigantyczne kolczyki, wisioriki, nakładki na zęby (tzw. grille), pieniądze, kobiety, drogie auta oraz rozrzutny styl życia'⁴. Niezwykle wymowną definicję umieścił w Urban Dictionary użytkownik o pseudonimie Tdowns. Według autora, zwrot *bling-bling* jest martwy i nie może być obecnie używany do opisywania błyszczącej biżuterii czy felg. Za śmierć popularnego określenia odpowiadają biali ludzie, używający go w sposób swobodny (pozbawiony pierwotnego kontekstu)⁵. Wydaje się, że uznanie wyrazu *bling-bling* za przeżytek jest zbyt uogólnieniem, chociaż internauta Tdown uchwycił istotny charakter hip-hopowego slangu, pisząc o „popularyzacji” zwrotów wypracowanych przez czarnoskórych raperów wśród białej społeczności. Przenoszenie się elementów kultury hip-hopowej, przede wszystkim treści kulturowych, mody, stylu życia, wartości, można porównać do zjawiska dyfuzji. Dyfuzja nie polega jednak na mechanicznym przejmowaniu i akceptowaniu wytworów danej grupy społecznej (Afroamerykanów), lecz na działaniu opartym głównie na interpretacji i reinterpretacji takich elementów zapożyczonych, które znajdują sankcje w tradycji odbiorców⁶.

Jednym z przykładów zaadaptowania zwrotu *bling-bling*, po wcześniejszym pozbawieniu go znaczeń wypracowanych przez twórców hip-hopu, jest „wypuszczenie” na rynek przez szwedzką firmę Absolut w 2006 roku alkoholu wysokoprocentowego w limitowanych butelkach imitujących złoto (seria Bling-bling). Osoby odpowiedzialne za reklamę produktu najwyraźniej zdecydowały się na eliminację wszelkich odniesień do kultury czarnego hip-hopu, pozostawiając jedynie te znaczenia, które mogłyby być odczytane i zaakceptowane przez białą społeczność

⁴ *Bling bling*, [w:] Urban Dictionary, <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=bling+bling>, [dostęp: 6.01.2015].

⁵ Tamże.

⁶ E. Nowicka, *Świat człowieka – świat kultury*, Warszawa 2006, s. 85.

z klasy średniej i wysokiej: ekstrawagancja, prestiż, ekskluzywność, luksus, a w konsekwencji *glamour*. Powyższy przykład alkoholu doskonale oddaje charakter współczesnych strategii produkcyjnych, określanych przez Richarda Sennetta „platformami”. Jak pisze Sennett:

Platformę stanowi podstawowy obiekt, na który nanosi się drobne, powierzchniowe zmiany, by produkt przemienić w określoną markę. Proces produkcji odbiega od swojskiego przemysłowego wytwarzania dóbr masowych. [...] Wytwórcy nazywają te zmiany nanoszone na nowoczesne platformy pozłacaniem (*gold-plating*), i jest to trafne określenie. By sprzedać rzecz w zasadzie wystandaryzowaną, sprzedawca podkreśla znaczenie pomniejszych, szybko i łatwo projektowanych różnic, przekonując, że ważne są właśnie te łatwo dostrzegalne szczegóły. Dla klienta bardziej ma się liczyć marka niż sama rzecz⁷.

Uwagi autora *Kultury nowego kapitalizmu*, mogą zostać odniesione do produkcji, usług (bilet lotniczy klasy biznes nie skraca czasu lotu), a także polityki. W idei pozłacania, sam towar jest mniej istotny niż wzornictwo odpowiadające za kształt opakowania oraz wartości dodane, hierarchizujące odbiorców na tych, którzy mogą sobie pozwolić na konsumpcję i osoby pozbawione takich perspektyw. Wyraz *bling-bling* jest zatem nie tyle onomatopieją werbalizującą błysk, ile przede wszystkim używa się go w celu dokonania stratyfikacji społecznej. Jest symbolem nierówności i jednocześnie paradoksów współczesnego kapitalizmu, dającego sposobność realizacji amerykańskiego snu osobom pochodzącym z najniższego szczebla drabiny społecznej. Jak ujął ten proces Curtis Jackson, znany jako raper 50 Cent, w utworze *I Get Money* pochodzącym z albumu *Curtis* (2007):

I was young, I couldn't do good, now I can't do bad
I ride, wreck the new Jag, I just buy the new Jag
Now nigga why you mad? Oh, you can't do that⁸

⁷ R. Sennett, *Kultura nowego kapitalizmu*, przeł. G. Brzozowski, K. Osłowski, Warszawa 2010, s. 114-115.

⁸ Wolne tłumaczenie:

Kiedy byłem młody, nie mogłem robić dobrze, obecnie nie mogę robić źle,
Podczas jazdy rozbiłem nowego Jaguara, po prostu kupiłem nowego Jaguara,
Dlaczego więc jesteś zły „czarnuchu”? Dlatego, że nie możesz
tego zrobić/osiągnąć?

Ambiwalentny charakter przedmiotu, jakim jest łańcuch

W znaczącej liczbie definicji pojęcia *bling-bling* pojawia się odniesienie do łańcucha (ang. *Chain*) jako symbolu bogactwa i luksusu. Jednakże sam łańcuch jest w kulturze czarnego hip-hopu przedmiotem ambiwalentnym, świadczącym o dwóch okresach w historii Afroamerykanów. Raperzy zaangażowani w „uświadamianie” czarnoskórej społeczności Stanów Zjednoczonych, tacy jak Chuck D z Public Enemy czy KRS One, używają słowa „łańcuch”, by potęgować odczucie nierównych relacji, jakie zachodziły, i wciąż są obserwowane, wewnątrz amerykańskiego społeczeństwa. W utworze z 1994 roku o wymownym tytule *Break the Chain*, KRS One znany w środowisku hip-hopowym jako „nauczyciel”, uprzytamnia czarnoskórym odbiorcom:

We weren't always slaves or livin in caves
This is what we learned, so this is how we now behave

*

Break the chain that used to be on your foot
Now it's on your mind, behind your eyes

Interesującym zabiegiem jest umieszczenie utworu *Break the Chain* na nośniku, który towarzyszy komiksowi *Break the Chain. A Psychosonic comic* stworzonemu przez ilustratora Kyle'a Bakera oraz Marshalla Chessa. Komiks oraz kasetka z utworami KRS One wydaje

Raper 50 Cent otrzymał w 2013 roku 6 miejsce w rankingu najbogatszych raperów stworzonym przez magazyn „Forbes”. Wartość jego majątku oszacowano na 125 mln USD. (Zob. <http://life.forbes.pl/najbogatsi-hiphopowcy-2013-z-djecia-najbogatszych-raperow,galeria,146009,1,1,6.html>, [dostęp: 6.11.2014]). Pierwszy wers przedstawionego powyżej fragmentu utworu *I Get Money* wskazuje na przeciwstawne etapy w życiu rapera. Fragment może być jednak zinterpretowany dwojako. Po pierwsze, za młodu, by zapewnić sobie byt, Curtis Jackson musiał działać niezgodnie z prawem (m.in. handlować narkotykami). Po osiągnięciu sukcesu komercyjnego, 50 Cent nie może pozwolić sobie na jakiegokolwiek działania przestępcze. Po drugie, można zinterpretować fragment jako osiągnięcie amerykańskiego snu i wspięcie się na szczyt drabiny społecznej: „Za młodu nie było dobrze, teraz nie może być źle”.

grupa Marvel, i tym samym wpisuje się w periodyczny projekt polisensorycznego łączenia muzyki i obrazu komiksowego (Marvelmusic), który najczęściej porusza wątki biograficzne znanych muzyków. Kasetą i komiks *Break the Chain* mają na celu przyczynienie się do „rozdarcia łańcucha ignorancji wśród młodzieży pochodzącej z miasta”⁹, podobnie zresztą jak cała twórczość rapera KRS One.

Za podstawowe narzędzie służące budowaniu samoświadomości młodych Afroamerykanów, prócz wydawanych przez twórców hip-hopu płyt z muzyką, można uznać wideoklipy. Początkowo emitowane w MTV, a współcześnie umieszczane przez wytwórnie i samych artystów na kanałach YouTube bądź prywatnych stronach WWW, są one przykładem komunikacji audiowizualnej mającej dotrzeć do jak największej liczby potencjalnych odbiorców. W przypadku teledysku grupy Public Enemy do utworu *Can't Truss It* (1991) można śmiało zaryzykować stwierdzenie, że materiał stanowi oręż wizualnego radykalizmu politycznego, osądzającego białe społeczeństwo za różnorodne formy degradacji i zniewolenia czarnoskórych. Warto zwrócić uwagę na dwa występujące po sobie kadry z wideoklipu *Can't Truss It*, będące metaforą ucisku. Dzięki zabiegowi montażu reżyser Eric Meza przedstawia zataczające się koło eksploatacji czarnej społeczności, która odbywa się nieprzerwanie od czasów dotarcia na amerykański ląd pierwszych statków z niewolnikami, po czasy współczesne, w których Afroamerykanie pracują jako tania siła robocza w fabrykach należących do białych przedsiębiorców.

Obrazy (Fot. 1 i 2) łączy kilka elementów, w skład których wchodzi mechaniczne pokonywanie schodów (odniesienie do Eisensteina?) przez osoby o czarnej skórze, artefakty towarzyszące bohaterom: łańcuchy u niewolników, skrzynki na narzędzia u „pracowników” fabrycznych, wreszcie działania kontrolne białego człowieka. W teledysku na ostatnim szczeblu schodów zawsze pojawia się handlarz, bądź przełożony nadzorujący i, w niektórych sytuacjach, sankcjonujący czarnoskórych. Według Iry Berlina:

U początków niewolniczej pracy na plantacjach nie stał spisek mający zhańbić, upokorzyć, odczłowieczyć, poniżyć czarnoskórych ludzi na jakiejś wypaczonej

⁹ *Break The Chain!*, <http://www.comicvine.com/break-the-chain-1-break-the-chain/4000-180615>, [dostęp: 22.11.2014].

skali człowieczeństwa – choć w różnych okresach wszystko to miało miejsce. Moralny odór amerykańskiego niewolnictwa nie jest w stanie zamaskować jego celu: zagarnięcia pracy wielu, by nieliczni mogli być bogaci i potężni. Niewolnictwo wyłoniło nie tylko rasę, ale i klasę społeczną, a ponieważ procesy ich powstawania przenikały się, pojęcia te przestały być jasne¹⁰.

Fot. 1



Fot. 2



Fot. 1 i 2. E. Meza (reż), (1991) *Can't Truss It*, <https://www.youtube.com/watch?v=am9BqZ6eA5c>, [dostęp: 12.12.2014].

Zatem powiązane pojęcia: przemoc, praca i władza stanowią triadę, która oddaje charakter merkantylnej eksploatacji rdzennych Afrykanów oraz pokolenia następujące po nich – Afroamerykanów. Paralelne stanowisko można dostrzec w wielu utworach czarnoskórych raperów,

¹⁰ I. Berlin, *Pokolenia w niewoli*, przeł. D. Cieśla, Warszawa 2010, s. 20.

którzy wykorzystując kanały przekazu należące do przedstawicieli białej społeczności (sic!), piszą historię Stanów Zjednoczonych z perspektywy potomków niewolników. Podobnie jak w przypadku doktryny biernego oporu proklamowanej przez Martina Luthera Kinga, akcentującego, że czarni Amerykanie nie żądają przyznania, lecz przywrócenia swoich praw (zwrotu tego, co zostało gwałtem zrabowane przez wieki niewoli i dyskryminacji)¹¹, twórcy hip-hopu przyjmują rolę „megafonu” czarnej społeczności żyjącej na ekonomicznym, politycznym i kulturowym marginesie. Dlatego Richard Shusterman zauważa, że muzyka rap zrodzona w połowie lat 70. XX wieku w „czarnych gettach” Nowego Jorku, pomimo globalnego, komercyjnego sukcesu, kontynuuje polityczno-kulturalne zaangażowanie w sprawy społeczności, z której wyrasta¹². Rap jest formą przemocy estetycznej, chociażby przez rytm, metody samplowania i skreczowania płyt, stymulując energię i świadomość słuchaczy. Dlatego wczesne motto rapu – „Bring the noise” (hałasuj) stanowi deklarację protestu; wynika z przekonania, że pewna forma przemocy jest konieczna, by problemy czarnych śródmieść mogły przebić się przez społeczną zmowę milczenia i niezrozumienia¹³. To, co zasługuje na szczególną uwagę w rozmyślaniach Shustermana na temat genezy i specyfiki rapu, dotyczy skonstruowania przez afroamerykańskich artystów zaskakującej dialektyki. Jak przenikliwie zauważa autor *O sztuce i życiu*:

dialektyka dumy prześladowanych i zhańbionych mniejszości, które wbrew wzgardliwemu traktowaniu ich przez prześladowcę chcą zmanifestować szacunek do samych siebie jako grup etnicznych, ostatecznie stają się dumne dokładnie z powodu tych samych rzeczy, które prześladowca uznaje za godne pogardy i każe w ten sposób traktować. (Działanie tej dialektyki widać w inwersjach językowych stosowanych przez Czarnych, takich jak *bad* „zły” oznaczające „dobry”, oraz w przyjaznym użyciu słowa *nigger* „czarnuch”, które w białym dyskursie było słowem pogardliwym)¹⁴.

11 R. R. Ludwikowski, *Murzyński radykalizm w USA. Czarni Muzułmanie, Czarna Władza, Czarne Pantery*, Warszawa 1976, s. 26.

12 R. Shusterman, *O sztuce i życiu. Od poetyki hip-hopu do filozofii somatycznej*, przeł. W. Małecki, Wrocław 2007, s. 45.

13 Tamże, s. 169.

14 Tamże, s. 47.

Wydaje się, że powyższa uwaga może w znacznym stopniu przyczynić się do wyjaśnienia dwuznaczności, które towarzyszą przedmiotowi, jakim jest łańcuch – symbol zniewolenia, ale też symbol sukcesu ekonomicznego.

Rola luksusu w kulturze hedonizmu

Koncepcja luksusu w kulturze konsumpcji przyjmuje różne wymiary, nie zawsze utożsamiane z właściwościami danego przedmiotu czy sytuacji. Jak zauważa Urszula Jarecka, luksusem możemy nazywać wygodę, przyjemność, nadmiar, jak i wartość estetyczną, jaką jest piękno: biżuteria, samochody, luksusowe rezydencje, jachty, a nawet luksusowe wakacje. To, co w szczególności dotyczy pojęcia „luksus” odnosi się do aury – „mgiełki marzeń” – owiewającej pewną grupę przedmiotów eksponowanych na wystawach, w salonach, galeriach czy katalogach¹⁵. Jednakże luksus, o czym nie można zapominać, jest również gałęzią przemysłu skupionego na kreowaniu owej „mgiełki” zapewniającej ogromne zyski demiurgom marzeń. Firmowanie, licencjonowanie i sprzedaż wizerunku stały się, na równi ze sprzedażą samych produktów, najbardziej dochodowym posunięciem przemysłu luksusowej mody¹⁶, chociaż można odnieść ten proces do innych branż, takich jak sztuka, literatura, telekomunikacja czy muzyka hip-hopowa.

Pod koniec lat 80. XX wieku na okładkach albumów muzycznych, plakatach i w środkach masowego przekazu, zaczęli pojawiać się czarnoskórzy raperzy (RUN DMC, Big DaddyKane, Slick Rick, Eric B. & Rakim, LL Cool J) noszący okazałą biżuterię, tj. łańcuchy, bransolety, pierścienie, co wówczas nie było określane jako *bling-bling*, chociaż wpisywało się we współczesne rozumienie terminu. Swoim odzieniem, ozdobami i stylem zachowania raperzy zaczęli przypominać czarnoskórych sutenerów (ang. *pimps*), których najbardziej znanym i wciąż aktywnym przedstawicielem jest Donald Campbell, znany

¹⁵ U. Jarecka, *Luksus w szarej codzienności. Społeczno-moralne konteksty konsumpcji*, Warszawa 2003, s. 56.

¹⁶ D. Thomas, *Luksus. Dlaczego stracił blask*, przeł. E. McIver, Warszawa 2010, s. 41.

jako Don „Magic” Juan – pojawiający się w teledyskach Snoop Dogga czy 50 Centa. Interesującym zjawiskiem było „nawarstwienie” ozdób, co przywołuje zasadne skojarzenia z czarnoskórym aktorem i zapaśnikiem Mr. T (Laurence Tureaud), znanym z roli sierżanta Bosco Alberta „B.A.” Baracusa w serialu Dużyna „A”, jako popularyzatorem „estetyki błyszczącego przepychu” wśród białej części widzów¹⁷.

Zamożność osiągnięta dzięki muzyce była sygnałem dla młodych ludzi z dzielnic biedy, że istnieją alternatywne drogi zdobycia majątku, które nie skutkują popadnięciem w konflikt z prawem. Dlatego bogacenie się twórców hip-hopowych nie prowadziło do dystansowania się od problemów czarnej społeczności. Wątki „getta”, nierównych szans i rasizmu, są wciąż obecne w poetyce hip-hopu, co więcej, całkowite odcięcie się od korzeni byłoby prawdopodobnie uznane w środowisku czarnoskórych za przejaw hipokryzji i kompromitującej asymilacji ze środowiskiem białych. Patrząc jednak na artystów hip-hopowych tworzących w XXI wieku, którym sukces komercyjny umożliwił zdobycie oszałamiającego bogactwa, nie sposób zrównać ich twórczości z pierwszymi, buntującymi się przeciwko dysproporcjom społecznym raperami. Wzrost popularności „muzyki getta” skutkował, w przypadku znacznej części raperów mainstreamowych, kreowaniem nowego wizerunku za pomocą artefaktów symbolizujących luksus, potencję do hiperkonsumpcji i nonkonformistyczny styl życia, jako cel sam w sobie. Ekonomiczny triumf niejednokrotnie implikował przyjęcie przez raperów pewnych wartości zarezerwowanych wcześniej dla, jak by to określił Thorstein Veblen, „klasy próżniaczej”. Hedonizm stawał się coraz częstszą formą legitymizacji pozycji społecznej raperów, którzy otaczali się kobietami, drogimi autami i nabywali nieruchomości położone z dala od dzielnic biedy, mimo że wciąż akcentowali własne pochodzenie. Wolfgang Welsch traktuje hedonizm za wręcz nową matrycę kultury, gdyż „w powierzchownej estetyzacji dominuje najbardziej płytka wartość estetyczna: przyjemność, rozrywka, używanie bez

17 W dokumencie przedstawiającym biografię Mr. T, emitowanym w ramach serii *E! True Hollywood Story*, pojawia się sutener Don „Magic” Juan, który wyjaśnia, że *image* aktora-zapaśnika (szyja pokryta ogromną ilością złotej biżuterii) jest inspirowana, jego stylem bycia (Zob. <https://www.youtube.com/watch?v=m8uSM2YQoTA>, [dostęp: 2.02.2015]).

konsekwencji. Trend ten zdecydowanie wykracza dziś poza przekształcanie estetyczne poszczególnych sfer życia codziennego – poza *styling* przedmiotów i środowiska. W coraz większym stopniu określa formę naszej kultury jako takiej. Przeżycie i rozrywka w ostatnich latach stały się ideą przewodnią kultury¹⁸. O ile w początkowej fazie rozwoju kultury hip-hopowej bogacenie się raperów mogło stanowić ilustrację szansy awansu społecznego, jaką oferuje twórczość artystyczna, o tyle w czasach współczesnych bogactwo (jego zdobywanie, ale też zaświadczenie o jego posiadaniu) staje się nadrzędną wartością nie tylko dla twórców hip-hopu, ale przede wszystkim milionów odbiorców ich muzyki, którzy oczekują confirmacji sukcesu idoli. Powierzchnowa estetyzacja dotyka również treści utworów hip-hopowych. Luksus, przepych i hedonizm stały się jednym z elementarnych motywów twórczości raperów, gdyż „biedni” opowiadają o braku pieniędzy, nieosiągalnych dobrach, natomiast utwory „bogaty” są częstokroć przesiąknięte odniesieniami do prestiżowych usług turystycznych, tworzonej na zamówienie odzieży i biżuterii czy ilości posiadanych środków transportu (helikoptery, odrzutowce, jachty, samochody). Szczególnie uderzające, nie tylko w odniesieniu do twórców hip-hopu, jest lokowanie przez muzyków ekskluzywnych produktów w teledyskach odwiedzanych przez dziesiątki milionów internautów. Teledyski od zawsze stanowiły formę autopromocji wokalisty czy zespołu, chociaż obecnie nie sposób jednoznacznie stwierdzić, czy ich celem jest promocja pojawiającej się na rynku płyty, czy może stanowią one wyłącznie jedną z form nowoczesnej reklamy marek – również tych, które należą do samych artystów.

Jak ma się zatem kwestia ostentacyjnej biżuterii do problemu prześcigania się raperów w ukazywaniu luksusu, w którym uczestniczą? Deyan Sudjic, dyrektor Design Muzeum w Londynie, twierdzi: „W dzisiejszych czasach luksus jest jednak znacznie bardziej nieuchwytny. Coraz trudniej stworzyć przedmiot, który będzie sprawiał tak niecodzienne wrażenie, by można go było zaliczyć do tej kategorii. [...] Zdaje się, że łatwiej nasycić luksusem przedmioty, które są właściwie zbyt cenne, niż stworzyć nowe, które byłyby jego kwintesencją¹⁹”.

¹⁸ W. Welsch, *Estetyka poza estetyką*, przeł. K. Guczalska, Kraków 2005, s. 34.

¹⁹ D. Sudjic, *Język rzeczy. Dizajn i luksus, moda i sztuka. W jaki sposób przedmioty nas uwodzą?*, przeł. A. Puchejda, Kraków 2013, s. 108.

Najwidoczniej z podobnym dylematem borykają się artyści hip-hopowi, gdyż coraz częściej zamiast złotych łańcuchów pierścieniowych (łańcuch pierścieniowy/ogniowy służył dawniej do budowy kajdan i krepowania niewolników) noszonych przez raperów w latach 80. i 90. XX wieku, zlecają projektowanie znanym jubilerom unikatowych ozdób pokrytych szlachetnymi kamieniami. Ceny takich łańcuchów dochodzą do kilku milionów USD, a w Internecie można spotkać rankingi najbardziej zjawiskowych i najdroższych ozdób raperów²⁰, które są wizytówkami artystów.

Wydaje się jednak, że demonstracja własnego statusu społecznego jest niczym system prawny, który nie powinien działać wstecz. *Luxuria retro non agit*, przebija się przez działania czarnoskórych raperów, którzy odnieśli finansowy sukces, gdyż raz wykreowany wizerunek krezusa musi być stale dokumentowany nowymi artefaktami. Wyraz *bling-bling*, chociaż odnosi do czegoś co błyszczący, lśni, dokonuje stratyfikacji społecznej, może mieć drugie, mniej oczywiste znaczenie. Jest nim „zamknięty obieg”, który dotyczy łańcucha jako przedmiotu ambiwalentnego (zniewalającego i dającego poczucie wyzwolenia), ale też paradoksalnej sytuacji, w której powodzenie jednej osoby pociąga za sobą katastrofalne skutki dla wielu innych. W 2007 roku reżyserka i dziennikarka Raquel Cepeda nakręciła film dokumentalny *Bling: A Planet Rock*, w którym zabiera grupę znanych raperów do Sierra Leone, by ukazać im spustoszenia wywołane walkami o władzę nad wydobyciem diamentów wśród rdzennej społeczności. Cepeda stawia znak równości między pokrytą drogimi kamieniami biżuterią raperów a wojną w tym bogatym w złoża diamentów regionie Afryki. *Bling-bling*, pożądaný i manifestowany w tekstach utworów i teledyskach zachodnich raperów, staje się zatem metaforą niewolniczej pracy, prowadzącej do anihilacji tysięcy ludzkich istnień i, z drugiej strony, całkowitego wypaczenia istoty muzyki, powstałej jako odpowiedź na przemoc ekonomiczną i społeczną, której ofiarami „byli” Afroamerykanie.

W wywiadzie dla internetowej telewizji Hard Knock TV jeden z bohaterów dokumentu *Bling: A Planet Rock* – raper Paul Wall (słynący z noszenia błyszczących nakładek na zęby pokrytych diamentami)

²⁰ Źródło: <http://www.complex.com/style/2011/12/the-50-greatest-chains-in-hip-hop/47>, [dostęp: 3.11.2014].

– przyznał, że wyprawa do Afryki pozwoliła mu przejrzeć na oczy. Na pytanie o dalsze kupowanie ostentacyjnej biżuterii odpowiedział, że z pewnością będzie zamawiał diamenty ze sprawdzonych źródeł, by nie były to nielegalne, prowadzące do rozlewu krwi minerały²¹. *Luxuria retro non agit*.

Podsumowanie

„Nie wszystko złoto, co się świeci” mówi znane przysłowie i jest w tej sentencji wiele prawdy. Obserwując współczesną kulturę hip-hopową można wnioskować, że jaśniej zarówno złoto, jak i platyna, diamenty, ekskluzywne auta, markowa odzież czy posiadłości, które wchodzi w skład zjawiska *bling-bling*. Jednakże tworzenie uogólnienia, że wszyscy czarnoskórzy artyści hip-hopowi konstruują własny *image* poprzez ostentacyjną biżuterię i wystawny styl życia, jest dalekie od prawdy. Manifestowanie statusu ekonomicznego za pomocą *bling-bling* znajduje wielu przeciwników w środowisku czarnoskórych raperów, chociaż ich liczba wydaje się znacznie mniejsza od liczby osób, które uważają taką strategię za immanentną dla kultury hip-hopowej. Niewątpliwie historia praktyk opartych na dekorowaniu ciała ozdobami i minerałami świadczącymi o wysokim statusie posiadacza sięga zamierzchłych czasów, przy czym tego typu działania dotyczyły wąskiego grona ludzi zamożnych, kapłanów, ale też specjalnych okresów w ciągu roku: świąt, misterii, karnawału.

Ni wątpliwie od wieków luksus odznaczał się pewną właściwością funkcjonalną, ale też poznawczą. Artefakty symbolizujące pochodzenie lub pełnią funkcję działały niczym instrukcja interakcji międzyludzkich, jakie należy realizować w obrębie danych grup społecznych. Dlatego demonstrowanie bogactwa mogło nosić ślady zabiegów wprowadzających ład i harmonię do społeczeństwa złożonego z warstw. W obecnych czasach luksusu nie można przypisać jednej homogenicznej grupie, gdyż stał się on substytutem tlenu, bez którego społeczeństwo Zachodu nie może egzystować – jak wynikałoby z większości reklam

²¹ Źródło: www.youtube.com/watch?v=AgPVD0zq6WE, [dostęp: 7.11. 2014].

nawet najbardziej banalnych produktów i usług. Czarnoskórzy raperzy w łańcuchach wysadzanych diamentami stanowią tylko jeden element kultury hedonizmu roztaczając „mgiełkę marzeń” nad milionami odbiorców, którzy fantazjują o partycypacji w oszałamiającym luksusie. Niestety „luksusowe życie” straciłoby swą wartość, gdyby każdy aktor społeczny mógł je bezproblemowo prowadzić. Czy zatem artefakty kojarzone z bogactwem, prestiżem i sukcesem mogą cechować się pewną formą zniewolenia? Wydaje się, że tak właśnie jest dla większej części społeczeństwa, która nie może pozwolić sobie na zaspokojenie pragnień wytwarzanych przez media, producentów i celebrytów show-businessu. Z jednej strony fetyszyzowany, z drugiej poddawany krytyce jako wartość drugorzędna względem miłości, zdrowia i rodziny – ostentacyjny luksus (wyobrażany bądź osiągnięty) staje się alternatywą dla upadłych metanarracji, wyzwalając i zniewalając jednocześnie.