

ANNA PECK

KOLORY W AMERYKAŃSKIEJ  
SYMBOLICE ŚWIĄTECZNEJ.  
KOMERCYJNE KSZTAŁTOWANIE  
SPOŁECZNEJ PERCEPCJI SZTUKI

Nowoczesne konstrukcja symboliki kolorystycznej świąt narodo- państwo- wych, tworzenie tradycji sekularnej oraz przetwarzanie religijnej, stanowi temat niniejszego artykułu. Dotyczy głównych świąt w tradycji amerykańskiej oraz upowszechnienia niektórych jej elementów we współczesnej „globalnej wiosce”. Świąta o podłożu religijnym, tak jak wyrosłe z tradycji chrześcijańskiej Christmas, ztraca swój charakter Bożego Narodzenia, stając się poprzez swą symbolikę, mitologię i kolorystykę mikołajowo-choinkową świętem uniwersalnym, możliwym do zaakceptowania przez przedstawicieli różnych kultur i religii. Identyfikacja kolorystyki z poszczególnymi świętami, popularyzowana przez współczesny komercjalizm, kształtuje nową percepcję estetyczną w pop-kulturze.

---

We do not want to establish a theory of color (neither a physiological one nor a psychological one), but rather the logic of color concepts. And this accomplishes what people have often unjustly expected of a theory.

Ludwig Wittgenstein

Percepcja wizualna nie ogranicza się do odbioru i przetworzenia poprzez wzrok oraz mózg fizycznych bodźców z otaczającego środowiska. Proces percepcji dostarcza także pośrednich informacji, np. o strukturze obiektów, postrzeganych jako miękkie, miłe w dotyku albo chropowate, nie-

przyjemne. Percepcja wizualna kształtuje się zarówno na poziomie osobowym, kształtowanym na podstawie indywidualnego doświadczenia, jak i zbiorowym, społecznym. Jeden z twórców Gestalt, Max Wertheimer, proponował proste doświadczenie dla uświadomienia sobie daleko idących rezultatów kulturowego kształtowania percepcji. Rysował on schemat sześcianu, który jego studenci interpretowali jako sześcian, pudełko, skrzynkę – czyli jako figurę przestrzenną. Wyjaśniał wówczas, że w rzeczywistości widzimy tylko rysunek na tablicy, figurę płaską. To, co faktycznie widzimy naszym wzrokiem, to tylko dwanaście odcinków, uporządkowanych w specyficzny sposób. Odbieramy jednak tę figurę, jako przestrzenną, ponieważ nauczyliśmy się tego w szkole. W tym zatem przypadku stworzony przez społeczeństwo i kulturę system edukacyjny ukształtował naszą percepcję. Nauczyliśmy się przestrzennej interpretacji rysunku, który faktycznie ma zupełnie inny charakter. Podobnie spojrzeć można na zagadnienie interpretacji kolorów, postrzeganych, zgodnie z wykreowaną społecznie interpretacją, jako zimne lub ciepłe, pasywne lub aktywne, kobiece lub męskie. Interpretacje kolorów, jako społeczna koncepcja estetyczna, kształtuje się w odmienny sposób w różnych kulturach<sup>1</sup>.

Debaty, dotyczące psychologicznego znaczenia kolorów, wskazują na aspekty kognitywne, kulturowe, a niekiedy także na wpływ procesu ewolucyjnego. J.D. Mollon, analizując percepcję kolorów przez zwierzęta, mały człokształtne i ludzi, postawiła hipotezę o wpływie diety, w tym przypadku jedzenia owoców koloru żółtego i pomarańczowego, na rozwój sensoryczny człowieka<sup>2</sup>. Z kolei F. Jackson wskazywał na interpretacje filozoficzne i psychoanalityczne. Uważał, że nie istnieje żadna kwestia metafizyczna w percepcji kolorystycznej. Nie ma sensu dopatrywać się jakiegoś ukrytego znaczenia wewnętrznych własności (*intrinsic properties*) w rzeczach i kolorach, ale raczej należałoby dyskutować własności lingwistyczne (*linguistic properties*) oraz kwestie percepcji kulturowej<sup>3</sup>. Podążając taką drogą rozumowania, spróbujemy zastanowić się nad logi-

---

<sup>1</sup> L. Sovik „Color system for cognitive research” w: C.L. Hardin, L. Maffi (ed.) *Color categories in thought and language* Cambridge University Press, Cambridge, New York 1997 s. 185-192.

<sup>2</sup> J.D. Mollon „«Cherries among the Leaves»: The Evolutionary Origins of Color Vision” w: S. Davis (ed.) *Color Perception: Philosophical, Psychological, Artistic, and Computational Perspectives* Oxford University Press, New York 2000 s. 10-30.

<sup>3</sup> F. Jackson „Philosophizing about Color” w: S. Davids (ed.) *Color Perception...* wyd. cyt. s. 152-162.

ką kolorów świątecznych i ich znaczeniu kulturowym w współczesnym społeczeństwie amerykańskim.

Zapoczątkowane przez wybitnego behaviorystę, Johna B. Watsona, badania nad mechanizmami procesu uczenia się, poprzez powtarzanie i wzmacnianie bodźców, a następnie nad wykorzystaniem psychologii w rozwoju technik marketingowych, reklamie, kształtowaniu gustów potencjalnych konsumentów, dotyczyły między innymi kwestii percepcji kolorystycznej. Nadawanie znaczenia symbolicznego poszczególnym kolorom znane było od zarania ludzkiej historii. Średniowieczni rycerze nosili „barwy” dam swego serca, a katolicka obrzędowość religijna posługiwała się symboliką kolorów dla wyróżnienia okresów liturgicznych, utożsamiając na przykład kolor fioletowy z okresem postu i obowiązkowych umartwień. Praktyczne wykorzystanie technik, afiliujących specyficzną kolorystykę z poszczególnymi świętami, znakomicie zadziałało w odniesieniu do rynku amerykańskiego. Specjaliści marketingowi, powołując się na „odwieczną tradycję świąteczną”, która faktycznie pojawiała się lub zapoczątkowała proces przeobrażeń dopiero w XIX lub na początku XX wieku, rozwinęli współcześnie na szeroką skalę profesjonalną kolorystyczną manipulację rynku.

Święta w kalendarzu amerykańskiej pop-kultury mogłyby być oznaczone kolorami lub raczej zestawami kolorystycznymi. Zjawisko to dotyczy zarówno świąt o charakterze lub genezie religijnej takie, jak Christmas czy Hanukkah; święta, wynikające z kreowania nowoczesnej świeckiej rytualistyki narodowo-państwowej, takie jak święto narodowe Independence Day czy Veterans Day; a także świeckie święta rodzinne, obchodzone przez wszystkich Amerykanów bez względu na wyznanie czy pochodzenie etniczne, jak Thanksgiving Day.

Barwy narodowe, to znaczy: niebieski, czerwony i biały, stanowią barwy wszechobecnej flagi państwowej. Pojawiają się jako stały element zróżnicowanych i pomysłowych dekoracji miejsc publicznych, prywatnych, kultu religijnego z okazji świąt narodowych. Szczególnie Dzień Niepodległości, obchodzony 4-go lipca, celebrowany jest nie tylko imponującymi pokazami ogni sztucznych, kończącymi się trójkolorowymi motywami flagowymi, koncertami muzyki amerykańskich kompozytorów, ale i dekoracjami w trzech narodowych kolorach. Popularne w tym dniu pikniki odbywają się na obrusach z motywami flagowymi, w użyciu są serwetki z flagami lub po prostu w trzech barwach z gwiazdami. Na tę okazję kupić można całe zastawy stołowe z czerwono-niebiesko-białego plastiku. Sklepy oferują bogaty wybór dekoracji, trójkolorowe kokardy, girlandy, gwiazdne kaskady do zawieszania na żyrandolach. Często też zobaczyć

można dekoracje bardzo podobne do choinkowych ozdób – błyszczące łańcuchy, bombki, sznury lampek. Wyróżniają się tylko specyficzną, „patriotyczną” kolorystyką oraz miniaturowymi flagami lub gwiazdami jako dekoracyjnymi elementami. Wybór kolorystyki narodowo-państwowej, która miała stać się wyróżnikiem w okresie kształtowania się nowoczesnych państwowości, stanowił często sztuczną konstrukcję. Powoływanie się na ideologiczne związki rewolucji amerykańskiej z francuską natrafia na kontrargument – Brytyjczycy, z którymi walczyli Amerykanie, używali takich samych trzech kolorów<sup>4</sup>.

Po celebracji świąt w silnych barwach niebiesko-czerwono-białych, następują święta jesienne, Halloween oraz Thanksgiving czyli Święto Dziękczynienia. Przyjęły one barwy jesienne – żółte, pomarańczowe, brązowe, we wszystkich możliwych odcieniach. W obu tych przypadkach święta te mają zdecydowanie świecki charakter. Halloween, wywodzący się z pogańskiej tradycji celtyckiej, został przywieziony do Ameryki przez emigrantów szkockich i irlandzkich w XIX wieku, a spopularyzował się od lat 20-tych XX wieku. Obchodzony jest w noc 31 października, gdy, zgodnie z dawnymi wierzeniami, duchy zmarłych wracają na ziemię. Świętu towarzyszą zabawy i pochody przebierańców. Symbolem Halloween jest *jack-o'-lantern* czyli pomarańczowa lampa, wykonana w wydrążonej dyni, z elementami ludzkiej twarzy i umieszczoną wewnątrz świecą lub latarką. Lamy te stawiane są w oknach, przed domami, czasami noszone przez dzieci. Wszelkich rozmiarów pomarańczowe i żółte dynie stanowią symboliczny ornament tego święta. W rozmaitych dekoracjach kwiatowych, koszach z owocami, wieńcach z suszonych roślin na drzwiach domów dominuje wówczas kolor pomarańczowo-żółto-brązowy. Domy często dekorowane są sznurami pomarańczowych lampek, świecących się przez całą halloweenową noc.

Drugie święto tego okresu, symbolizowane podobną kolorystyką, Thanksgiving, stanowi nową tradycję świecką. Święto Dziękczynienia zostało wprowadzone jako święto narodowe deklaracją prezydenta Abrahama Lincolna z 1863 roku. W Stanach Zjednoczonych obchodzi się je w każdy czwarty czwartek listopada. Tradycyjny obiad, gromadzący przy świątecznym stole całe rodziny, zjeżdżające się z różnych zakątków kraju, składa się nie tylko z pieczonego indyka (kolor brązowy) i *cranberry* (ciemnoczerwony), ale także z *puree* z pomarańczowych słodkich ziemniaków (*sweet potatoes*) oraz pomarańczowego ciasta dyniowego (*pumpkin pie*) na deser. Stół dekorowany jest często w stonowane barwy

<sup>4</sup> M. Pastureau *Blue. The History of Color* Princeton University Press 2001 s. 141-148.

brązu. Wysyłane z tej okazji świąteczne kartki ze zwyczajowym podziękowaniem za przyjaźń, życzliwość itp., przedstawiają żółtopomarańczowe kosze z żółtopomarańczowymi owocami i warzywami, wstążkami oraz kwiatami w tych samych kolorach, niekiedy z akcentami wyblakłej, jesiennej zieleni.

Na koniec grudnia natomiast przypada kilka ważnych i obchodzonych przez szerokie kręgi społeczne świąt religijnych oraz etnicznych, z których najważniejsze znaczenie mają: Christmas, czyli Boże Narodzenie w katolickiej i protestanckiej tradycji chrześcijańskiej, Hanukkah (albo Chanukkah) w tradycji judaistycznej, oraz święta o charakterze etniczno-kulturowym, Kwanza (albo Kwanzaa). W 2005 roku terminy wszystkich tych świąt zbiegły się w czasie. Jednodniowe święto Christmas, celebrowane było 25 grudnia (26 grudnia nie jest już oficjalnie dniem świątecznym, chociaż wiele urzędów, zakładów produkcyjnych daje możliwość wzięcia w tym dniu urlopu. Natomiast dla sklepów i zakładów usługowych jest to już normalny i zwykle bardzo aktywny dzień pracy). Ośmiodniowe święto Hanukkah rozpoczyna się zawsze 25 dnia żydowskiego miesiąca Kislev. W 2005 roku ery chrześcijańskiej, a 5766 według kalendarza żydowskiego, obchodzone było od zmierzchu 25 grudnia do 2 stycznia 2006 roku. Z kolei, najnowsze w świątecznej tradycji amerykańskiej, święto Kwanzaa przypada zawsze na dni od 26 grudnia do 1 stycznia. O ile Christmas obchodzone jest przez większość społeczeństwa, to dwa pozostałe święta mają bardziej ograniczony zasięg etniczny, obejmując środowiska żydowskie oraz afro-amerykańskie.

Boże Narodzenie, jako święto religijne, celebrowane jest nie tylko poprzez uroczyste nabożeństwa w kościołach protestanckich i katolickich, ale również organizowanymi od połowy grudnia w obiektach sakralnych, miejscach publicznych, na ulicach i skwerach, w domach handlowych i salach koncertowych występami chórów śpiewających kolędy. Jednakże współczesny, rozwinięty w XX wieku folklor okresu bożonarodzeniowego ztraca coraz bardziej swój religijny charakter. Z tego powodu w dalszej części tekstu pojawiać się będzie termin Christmas, jako sekularny odpowiednik chrześcijańskiej tradycji.

W okresie przedświątecznym miasta i osiedla, budynki publiczne i prywatne domy, studia telewizyjne wszystkich programów zdobione są dekoracjom świątecznymi, w których dominują kolory: czerwony i zielony, z białymi, złotymi lub niekiedy srebrnymi zdobieniami. Przyjmując tutaj zastrzeżenie Ludwiga Wittgensteina, co do użycia terminów „złoty” i „srebrny”, które to faktycznie odnoszą się do kolorów złotego i szarego, tyle że z błyszczącą, połyskującą powierzchnią („gold-colored is the pro-

perty of a surface that shines and glitters”<sup>5</sup>), dla podkreślenia tego właśnie świątecznego błysku okazałości, możemy posługiwać się tymi właśnie określeniami. Kolorystyka ta dominuje nie tyle w symbolice religijnej betlejemskiego żłobka, ale raczej w świeckich i komercyjnych wyobrażeniach, związanych przede wszystkim z tradycją mikołajową, czerwonymi skarpetami z zielonymi lub złotymi zdobieniami, zawieszanymi przed kominkiem, czerwono-srebrno-złotymi bombkami, wstążkami oraz kokardami, umieszczonymi na choinkach, drzwiach, schodach, ciemnozielonymi gałązkami świątecznej choinki z jaskrawo czerwonymi owocami tego krzewu w dekoracjach domowych.

Popularne opowieści o baśniowym charakterze niewiele mają wspólnego z religijną tradycją chrześcijańską Świętego Mikołaja. Imię postaci, używane w tradycji amerykańskiej, wywodzi się z holenderskiej wersji Sinterclaas albo Sinte Klaas, i upowszechniło się w połowie XIX wieku. We współczesnych książkach dla dzieci, a przede wszystkim popularnych filmach, Santa Claus, to nie wysoki i szczupły biskup, ale korpulentny, dobroduszny staruszek, roznoszący prezenty w noc wigilijną (a nie, jak w tradycji europejskiej w noc z 5/6 grudnia). Postać ta, stopniowo przetwarzana przez artystów pop-kultury, odzwierciedla koncepcję osobowości endomorficznej Williama Sheldona. Endomorfików, jak Santa Clausa, cechuje krągła figura, brak wyrafinowania intelektualnego, zastąpiony dobrocią, życzliwością, mądrością życiową opartą na doświadczeniu, umiejętnością obcowania z ludźmi, rozumienia dziecięcych problemów i marzeń.

W okresie XX wieku, jako część tzw. wynalezionych, „sztucznie” skonstruowanych tradycji (*invented traditions*)<sup>6</sup>, liczni twórcy książek dla dzieci, filmów, plakatów, dekoracji sklepowych, akcentowali baśniowe elementy historii o Świętym Mikołaju, który otrzymał nawet realne imię i nazwisko – Kris Kringle. Bohater tych opowieści nie jest już biskupem, ale kapitalistycznym przedsiębiorcą całego kompleksu przemysłowego, zlokalizowanego na Biegunie Północnym i produkującego zabawki. Pracują w jego warsztatach odziane w zielone i czerwone ubrania karzełki-elfy, dysponujące, podobnie jak skandynawskie trolle, magicznymi mocami. W tym zaczarowanym świecie dominują kolory „christmasowe”.

<sup>5</sup> L. Wittgenstein *Remarks on Color* G.E.M. Anscombe (ed.) University of California Press, Berkeley 1977 s. 33, 82.

<sup>6</sup> E. Hobsbawn, T. Ranger *The Invention of Tradition* Cambridge University Press 1983 s. 1-14. Zob. również: J. Seal Nicholas *The Epic Journey from Saint to Santa Claus* New York 2005 oraz: J. Elliott *Inventing Christmas: How Our Holiday Came to Be* New York 2002.

Przy uprząży sań oraz na głowach reniferów pojawiają się czerwonobiałe lub czerwonozielone kokardy. Santa Claus posiada żonę, Mrs. Clause, a niekiedy Mrs. Kringle, czyli Panią Mikołajową. Oboje przedstawiani są jako kochający się, szanujący wzajemnie, potrafiący sobie poradzić z każdą trudnością, dziarscy starszankowie. Święty Mikołaj, z białą brodą i długimi białymi włosami, a także jego żona, pojawiają się zawsze w czerwonych ubraniach, obszytych białym obramowaniem, najczęściej białym, miękkim futrem lub pluszem. Zestawiani są zawsze z choinkową zielenią oraz ogniem palącym się w kominku.

Inne święto religijne, obchodzone także w grudniu, należy do tradycji judaistycznej. Hanukkah<sup>7</sup>, święto światła, upamiętnia wydarzenie z drugiego stulecia p.n.e., opisane w księdze machabejskiej. W wyniku zwycięskiego powstania Machabeuszy przeciw hellenistycznemu królowi Antiochowi IV Epifanesowi, nastąpiło ponowne poświęcenie zbeszczeszczonej Świątyni Jerozolimskiej. Według talmudycznej legendy, w całym mieście znaleziono tylko odrobinę oliwy, której wystarczyło zaledwie na jeden dzień dla zapalenia oliwnej lampy – *menorah* – w świątyni. W cudowny sposób nastąpiło jednak rozmnożenie i lampa świeciła się nieprzerwanie przez osiem dni. Na pamiątkę tego niezwykłego wydarzenia obchodzone jest ośmiodniowe święto, w czasie którego zapala się kolejno osiem świec na świeczniku zwanym *menorah* (albo także *chanukkiab*). Świece zapala się kolejno poczynając od lewej strony. Przy zapalaniu świec recytowane są modlitwy oraz błogosławieństwa. Popularna pieśń hanukkowa, *Ma'oz tsu* wywodzi się z folkloru niemieckiego i opiera się na znanej piosence, śpiewanej przy picciu piwa. Poza menorą symbolem święta jest także kostka do gry – *dreidel*<sup>8</sup>.

Kolorem Hannukah jest niebieski, a właściwie wszystkie odcienie niebieskiego. Księgarnie i biblioteki amerykańskie oferują wiele pięknie wydanych albumów, bogato ilustrowanych wydawnictw hanukkowych dla dzieci. Popularyzują kolor hanukkowy, czyli odcienie niebieskiego. Sklepy oferują *menorah* z niebieskimi lub niebieskobiałymi świecami, obrusy i serwetki w tych samych kolorach, najczęściej z gwiazdą Dawida jako elementem dekoracyjnym, sznury lampek, wyróżniający się tylko kolorystyką, o odcieniach od błękitu do ciemnoniebieskiego. Domy przy-

<sup>7</sup> Pisownia wyrazu stanowi transliterację przyjętą przez amerykańskie środowiska żydowskie. W wersji polskiej jest to „Chanuka” (por. W. Pałubicki *Chanuka* w: Z. Drozdowicz, Z. Stachowski (red.) *Ilustrowana Encyklopedia Religii Świata. Kościoły, wyznania, kultury, sekty, nowe ruchy religijne* Poznań 2002 s. 137; W. Pałubicki *Chanuka, Chanukija* w: *Judaizm. Słownik obyczajów i tradycji* Gdańsk 1994 s. 43–44.

<sup>8</sup> L. Jacobs *Hanukkah* w: M. Eliade (ed.) *The Encyclopedia of Religions* v. 6 s. 193–194.

strajane są dekoracjami świetlnymi, podobnymi do „christmasowych”. Wyróżnikiem kulturowym i religijnym w obu wypadkach jest wyłącznie kolor – zamiast czerwono-zielonego, niebieski. Neutralność wyznaniową akcentują bezbarwne światełka, przypominające girlandy albo sople lodowe. W domach, gdzie celebruje się Hanukkah, używane są światełka w formie sznurów lub kaskad świetlnych w kolorach niebieskich lub w połączeniu niebieskiego z bezbarwnym (czyli białym) światłem.

Publiczne celebrowanie święta Hanukkah przybierało rozmach od połowy XX wieku. Po okresie antysemityzmu, polityki eugenicznej pierwszych dekad tego stulecia, szok wywołany Holocaustem z jednej strony, a rosnący prestiż uczonych, pisarzy, aktorów, prawników pochodzenia żydowskiego z drugiej, zmienił pozycję tej mniejszości etnicznej i wyznaniowej w Stanach Zjednoczonych<sup>9</sup>. Dodatkowymi czynnikami stało się też odbudowanie państwowości izraelskiej, amerykańska polityka wobec Izraela jako podstawowego sojusznika na Bliskim Wschodzie, a także zdecydowane poparcie dla Izraela oraz narodu żydowskiego ze strony amerykańskich fundamentalistów protestanckich<sup>10</sup>. Poczucie dumy z przynależności do tradycji judaistycznej manifestuje się współcześnie w zewnętrznych formach obchodów świątecznych oraz kolorystyce hanukkowej<sup>11</sup>. Przejawia się również w kinematografii. Przykładem może być popularna komedia z 2003 roku: *The Hebrew Hammer*. Stanowi ona znakomitą parodię kultury masowej trzech grudniowych świąt, w tym także na swoją własną skomercjalizowaną tradycję.

O ile więc Christmas charakteryzują kolory czerwony, zielony i złoty, a Hanukkah kolor niebieski, Kwanzaa przyjęła trzy oficjalne kolory czarny, czerwony oraz zielony, chociaż dodawane są niekiedy także akcenty koloru pomarańczowego<sup>12</sup>. W odróżnieniu od dwóch powyższych tradycji świątecznych, Kwanzaa (często występuje także pisownia Kwanza)

---

<sup>9</sup> A.M. Dershowitz *The Vanishing American Jew: In Search of Jewish Identity for the Next Century* Boston 1997 s. 11, 54, 60-62; S.F. Bronner *A Rumor about the Jews: Anti-Semitism, Conspiracy, and the Protocols of Zion* Oxford University Press, New York 2003; U. Eco *Six Walks in the Fictional Woods* Harvard University Press, Cambridge 1994 chapter 6.

<sup>10</sup> A. Peck *Teleewangelizm, apokalipsa i polityka: współczesna prawica protestancka w Stanach Zjednoczonych* Tycyn 2005 s. 214-233.

<sup>11</sup> Potwierdza to anegdota z mego własnego doświadczenia. Kilkanaście lat temu, nieświadoma wagi symboliki kolorystycznej, pojawiłam się któregoś dnia na początku grudnia na zajęciach w białym swetrze, niebieskich spodniach i w długim niebieskim szaliku. Usłyszałam sympatyczne życzenia ze strony studentów i współpracowników: „Happy Hanukkah!”.

<sup>12</sup> <http://www.officialkwanzaawebsite.org> jest to oficjalny website Karengi z instrukcjami, w jaki sposób obchodzić wymyślone przez niego święto.



stanowi nowe święto, sztucznie wykreowane dopiero w 1966 roku. Pojawiło się ono w okresie Civil Rights Movement, domagającego się zniesienia segregacji rasowej i zrównania w prawach czarnych Amerykanów. Twórcą Kwanzy był Ronald McKinley Everett, który zmienił wówczas swoje imię i nazwisko na brzmiące bardziej afrykańsko, Maulana Karenga. Reprezentował on w latach 60. nurt czarnego nacjonalizmu, odbudowującego poczucie godności prawnie dyskryminowanych do tego okresu Afro-amerykanów, poszukującego własnej, odrębnej czarnej tożsamości (*black identity*), odwołując się do korzeni kulturowych tradycji afrykańskiej. Karenga podkreślał rolę pozytywnej reafirmacji kulturowej, dzięki budowanie własnej tradycji<sup>13</sup>.

Centralnym punktem odrodzenia kulturowego miało być przyjęcie siedmiu „zasad Nguzo Saba”, uznanych za czarny system wartości albo czarny kodeks podstawowych zasad życiowych. Zasady te, to: Umjoya (*unity*), Kujichagulia (*self-determination*), Ujima (*collective work and responsibility*), Ujamaa (*cooperative economics*), Nia (*purpose*), Kuumba (*creativity*), oraz Imani (*faith*). Na tej bazie Karenga wykreował koncepcję filozoficzną, kulturową, religijną, nazwaną Kawaida<sup>14</sup>. Na niej opierać się miały obchody nowego, zainicjonowanego w 1966 roku, święta Kwanza. Tradycja ta była rozwijana przez entuzjastycznych zwolenników ruchu odrodzenia czarnej tożsamości. Jessica B. Harris pisze we wstępie swej książki, w jak głęboki sposób przeżyła obchody tego święta jako dziecko z nowojorskiego Brooklynu. Dawało ono poczucie dumy z posiadanej tradycji, dowartościowania, samoafirmacji<sup>15</sup>. Źródła podają różne liczby – według Karengi na początku XXI wieku około 28 milionów ludzi w wielu krajach obchodziło Kwanzę, według prasy i informacji CNN około 13 milionów, głównie w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie i Wielkiej Brytanii.

---

<sup>13</sup> S. Bourgoin, P. Byers (ed.) *Encyclopedia of World Biography* Detroit 1998 v. 8 p. 444-447; R. Layman *American Decades 1960-1969* New York 1995 s. 47; J. Salzman, D. Smith, C. West (ed.) *Encyclopedia of African-American Culture and History* Columbia University Press, New York 1996 v. 3: N. Yousef, R. Spencer „Kwanza” s. 1560-1561, „Karenga” s. 1526..

<sup>14</sup> I. Gamble-Gumbs, B. Gumbs *How to Plan a Kwanzaa Celebration: Ideas for Family, Community, and Public Events* New York 1998; D. Winbush Riley *The Complete Kwanzaa: Celebrating Our Cultural Harvest* New York 1995; J.B. Harris *A Kwanzaa Keepsake: Celebrating the Holiday with New Traditions and Feasts* New York 1995; L. Robertson *The Complete Kwanzaa Celebration Book* Detroit 1994; C. McClester *Kwanzaa: Everything You Always Wanted to Know But Didn't Know Where to Ask* New York 1994.

<sup>15</sup> J.B. Harris, wyd. cyt. s. 9.

Wykreowane przez Karengę święto miało budować tradycję afro-ame-rykańską, odrębną od euro-amerykańskiej w sensie kulturowym. Kwanzaa ma charakter święta rodzinnego, rozumianego także w szerszym sensie rodziny etnicznej, panafrykańskiej. Szczególnie powitanie nowego roku przez wspólnotę afro-amerykańską, pochodzenia haitańskiego, brazylij-skiego, gujańskiego, etiopskiego oraz wszystkich odcieni „kolorowych” Amerykanów wielkich miast Północy Stanów Zjednoczonych, stanowi wydarzenie jednoczące, podnosi poczucie własnej wartości<sup>16</sup>. Eliminacja wyraźnego aspektu religijnego, w tym wypadku chrześcijańskiego czy islamskiego, miała umożliwić celebrowanie święta przez wszystkie środowiska afro-amerykańskie, bez względu na przyjęte wyznanie.

Popularyzując swoją nowo wykreowaną „tradycję” w okresie zbiega-jącym się z Christmas (obchodzonym w sensie religijnym i świeckim) oraz Hanukkah, Karenga i jego zwolennicy dążyli do jego klarownego kolorystycznego wyróżnienia. Nadali więc wybranym, a w zasadzie prze-jętym od Marcusa Garvey, kolorom znaczenia symboliczne. Wzywają wszystkich, celebrujących święto, do przestrzegania zasad kolorystycz-nych. Wszystkie dekoracje, obrus, wzory na serwetkach, nakrycie stołu, naczynia, ozdoby (Garvey szczególnie zaleca hebanowe rzeźby) powinny być w kolorach afrykańskich, to znaczy czarnym, czerwonym i zielonym. Także stroje świąteczne uczestników/ celebrantów powinny odzwiercie-ślać kolorystykę święta. Nieustannie przypominają: „Keep in mind that decor must be in an African motif and that black, red and green should be prominent colors in it”<sup>17</sup>.

Kinara, świecznik Kwanzy o siedmiu ramionach, znajdujący się w cen-tralnym miejscu na świątecznym stole lub wśród świątecznych dekoracji, posiada tu specjalne symboliczne znaczenie. Wywodzić się ma z tradycji Zulu, symbolizuje przodków wszystkich Afrykanów oraz przodków rod-zinnych, stanowi również wyraz zbiorowej odpowiedzialność za wszyst-kie dzieci. Równocześnie każda ze świec symbolizuje siedem zasad Ka-waida, codziennie powinna być zapalana kolejna świeca. Świeca środko-wa jest w kolorze czarnym, trzy po jednej stronie są ciemnozielone, a po drugiej – czerwonego. Nasuwa się tutaj uwaga o podobieństwie z juda-istyczną tradycją menorah. Karenga podkreśla, że jest to tylko pozorne podobieństwo, a kinara stanowi rdzenną tradycję afrykańską. Zachęca też do udekorowania domów wewnątrz i na zewnątrz flagami, wprowa-

<sup>16</sup> Tamże, s. 14-17; M. Karenga *Kwanzaa: A Celebration of Family, Community and Culture* University of Sankore Press, Los Angeles 1997 s. 25-28.

<sup>17</sup> M. Karenga, wyd. cyt. s. 101.

dzonymi w ruchu odnowy afro-amerykańskiej, oczywiście w kolorach czarno-czerwono-zielonych<sup>18</sup>.

Kolory grudniowych świąt znikają prawie natychmiast po Nowym Roku. Zostają zastąpione agresywną czerwienią i różowością Valentine's Day, szczególnie w firmach takich jak *Victoris'a Secret*. Z kolei wiosenne święta wielkanocne (Easter) oznaczane są barwami pastelowymi, delikatnymi, jasnymi odcieniami żółtego, różowego, błękitnego (tzw. *baby-blue* – kolory te są barwami dziecięcymi). Trudno byłoby tutaj przeprowadzać jakiegokolwiek analogie z teologicznym znaczeniem Wielkanocy. Dziecięce kolory można jednak interpretować wiosennym odrodzeniem, odnowieniem życia w nowym pokoleniu. Podobnie, jak w przypadku innych świąt, kolorystyka staje się symbolem reklamowym, zachęcającym do kupna prezentów, do których dołączane są pluszowe króliczki w pastelowych kolorach, czekoladki w kształcie jajek i zajączków w tej samej kolorystyce, ponownie sznury dekoracyjnych światełek, tym razem w „przybielonej” różowości, niebieskości, seledynie, lekkiej, delikatnej żółtości.

Kolorystyka odgrywa zatem szczególną rolę w okresach świątecznych. Zawierać może informująco o afiliacji religijnej, stanowi deklarację przynależności kulturowej. Dotyczy nie tylko dekoracji domów, ale także noszonych w tym okresie ubiorów. Czerwone sukienki, swetry, krawaty w zestawieniu z zielenią, z złotymi lub srebrnymi zdobieniami, mówią o obchodach chrześcijańskiego Bożego Narodzenia i prowokują życzenia „Merry Christmas”. Natomiast strój niebiesko-biały w tym samym okresie, albo nawet elementy dekoracyjne w kolorze niebieskim, np. apaszki, szaliki, mogą spowodować życzenia „Happy Hannukah”. Jeszcze bardziej oczywisty, a nawet demonstracyjny charakter mają zewnętrzne oznaki celebrowania Kwanzu.

Amerykańska kolorystyka świąteczna czy to związana ze świętami narodowo-państwowymi, czy tradycyjnymi świętami religijnymi albo kreowanymi stosunkowo niedawno świeckimi świętami, związana jest z komercyjną pop-kulturą. Nie należy do kultury pokazów czy magazynów mody, *high-society* wielkich miast. Wyraża raczej gusty *middle class* osiedli podmiejskich, mniejszych miast i ogromnych terenów o niskim poziomie zurbanizowania, gdzie mieszka większość Amerykanów. Stanowi nie tyle rezultat specyficznych tradycji religijnych czy etnicznych, ale raczej komercyjnego kształtowania percepcji nowoczesnego społeczeństwa. Akceptacji estetyki świątecznej, oferowanej przez agencje reklamowe, przyjęcie jej, jako własnej, utożsamienie się z nią, zastosowanie

<sup>18</sup> Tamże, s. 86-87, 94-95, 100-102.

we własnym życiu, stanowi manifestację Wittgensteinowskiej koncepcji logiki kolorów. Percepcja dekoracji kolorystycznej czy ubioru, odzwierciedlająca zakodowaną w niej symbolikę, prowadzić może do spontanicznego składania życzeń np. hanukkowych czy christmasowych. Stanowią bowiem Wittgensteinowy cykl przyczyn i skutków: „Colors have characteristic causes and effects that we know”<sup>19</sup>.

Kształtowanie nowej symboliki kolorystycznej, a następnie popularyzowanie jej jako symboliki świątecznej, wpływa na percepcję kolorystyczną już nie tylko w kulturze amerykańskiej lub zachodniej. Staje się przejrzystym i zrozumiałym kodem globalnej wioski. Widoczne jest np. w powszechności czerwieni/różowości Valentine’s Day czy kolorach „miłkołajkowych”, stając się w ten sposób uniwersalnym symbolem baśniowej mitologii zimowej. Ztraca w ten sposób znaczenie specyficznych religii. Stając się nową formą sekularnej symboliki, kształtuje komercyjalne standardy estetyki nowoczesnych społeczeństw.

---

## COLORS IN AMERICAN HOLIDAY SYMBOLS. THE COMMERCIAL CREATION OF SOCIAL PERCEPTION OF ART

The color symbolism of contemporary national, cultural, ethnic and religious holidays plays an important role in American pop culture. Modern commercialism transformed religious connotations of some holidays, introducing new secular elements to the universally accepted „invented traditions,” such as the Christmas tree or Santa Claus mythology. The choice of colors: red, green, gold or silver for Christmas, blue for Hanukkah, and black, red and green for Kwanzaa perpetuates a cultural affiliation. Modern secular creations, such as Thanksgiving, play a unifying cultural role by offering customs and color symbols meant to be acceptable for every American. The use of national colors makes an attempt to symbolize patriotic pride. The color representations of holidays are broadly used by commercial advertisements. As an American social and cultural construct, holiday colors became accepted as part of a new aesthetics of the global commercial pop culture.

*Anna Peck* – email: [annapecck@hotmail.com](mailto:annapecck@hotmail.com)

---

<sup>19</sup> L. Wittgenstein, wyd. cyt. s. 82.