

Jolanta Szymkowska-Bartyzel

# NASZA AMERYKA WYOBRAŻONA

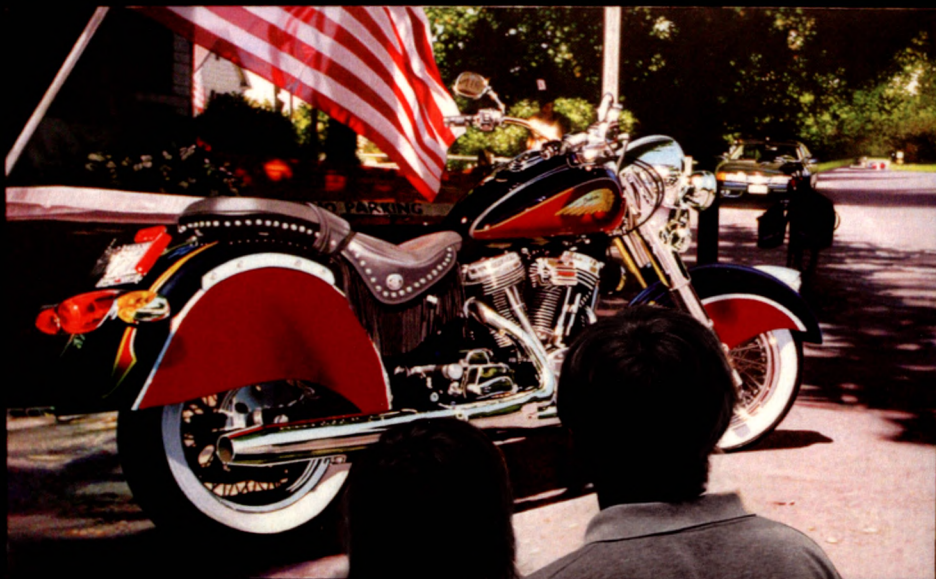
Polskie spotkania  
z amerykańską kulturą popularną po roku 1918



BIBLIOTEKA  
UNIW. JAGIELL.  
CRACOVENSIS

A 824576

II





# **NASZA AMERYKA WYOBRAŻONA**

Polskie spotkania  
z amerykańską kulturą popularną po roku 1918 ·



**SOCIETAS**

seria pod redakcją  
**BOGDANA SZLACHTY**

**84**



Jolanta Szymkowska-Bartyzel

# **NASZA AMERYKA WYOBRAŻONA**

Polskie spotkania  
z amerykańską kulturą popularną po roku 1918



Kraków

© Copyright by Jolanta Szymkowska-Bartyzel, 2015

Recenzent:  
dr hab. Małgorzata Bogunia-Borowska

Opracowanie redakcyjne:  
Justyna Wójcik

Projekt okładki:  
Zofia Bartyzel

Zdjęcie na okładce:  
PAP/Jacek Bednarczyk

Niniejsza publikacja została sfinansowana ze środków Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Ważną pomocą był również grant badawczy przyznany w 2014 roku przez JFK Institute for North American Studies, Freie Universität w Berlinie.

ISBN 978-83-7638-610-2 (wersja papierowa)  
ISBN 978-83-7638-649-2 (e-book)

KSIEGARNIA AKADEMICKA  
ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków  
tel./faks: 12 431 27 43, 12 421 13 87  
e-mail: [akademicka@akademicka.pl](mailto:akademicka@akademicka.pl)

Księgarnia internetowa:  
[www.akademicka.pl](http://www.akademicka.pl)

.

*Moim córkom, Zosi i Basi*



# SPIS TREŚCI

## WSTĘP / II

### ROZDZIAŁ 1. PRZYGOTOWANIE DO SPOTKANIA. AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA – CHARAKTERYSTYKA I MIEJSCE W PODSTAWOWYCH OBSZARACH DYSKURSU / 21

1. Charakter amerykańskiej kultury popularnej a kategoria „Ameryki wyobrażonej” / 23
  - 1.1. *Kategoria „Ameryki wyobrażonej” a amerykański mit* / 29
2. Różne oblicza amerykanizacji – od imperializmu kulturowego do samoamerykanizacji / 35
  - 2.1. *Początki zjawiska amerykanizacji* / 47
3. Amerykanizacja a globalizacja / 52
4. Amerykanizacja a modernizacja / 60

### ROZDZIAŁ 2. KONTEKST SPOTKANIA. AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W EUROPIE. WYBRANE ZJAWISKA / 71

1. Krytyczna refleksja europejskich elit. Debata nad amerykańską kulturą popularną / 73
2. Amerykanie w Europie / 76
3. Wielka Brytania – współpraca. W kierunku symetrycznych relacji / 84
4. Francja – opór. W obronie francuskości / 97
5. Niemcy – przymus. Kultura zremasterowana / 102
6. Podsumowanie / 119

### ROZDZIAŁ 3. SPOTKANIE PIERWSZE. ASPIRACJE I FASCYNACJE W DRODZE KU NOWOCZESNOŚCI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W DWUDZIESTOLECIU MIĘDZYWOJENNYM / 123

1. Zarys sytuacji polityczno-społecznej / 123
2. Amerykańskie kino w służbie modernizacji / 129

3. „Szampan, szatan, szantan”, czyli w jazzowym rytmie / 142
4. Amerykański samochód i początki kultury samochodowej w Polsce / 154
5. Podsumowanie / 159

#### ROZDZIAŁ 4. SPOTKANIE DRUGIE. W WALCE Z REŻIMEM CZY NA USŁUGACH WYOBRAŹNI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W LATACH 1945-1989 / 163

1. Zarys sytuacji polityczno-społecznej / 163
2. Powojenne zawirowania i próby rekonstrukcji ciągłości trwania / 165
3. W stalinowskim uścisku przyjaźni. Amerykańska kultura popularna jako narzędzie oporu / 173
4. Odwilż – nadzieje i rozczarowania / 198
5. Mała „wentylowana” stabilizacja – amerykańska kultura na usługach władzy / 208
  - 5.1. *Amerykański film na gomułkowskiej służbie* / 213
  - 5.2. *Dżinsy, bunt i ideologia* / 218
  - 5.3. *Muzyka małej stabilizacji – jazz i rock’n’roll* / 224
  - 5.4. *W stronę kontrkultury* / 237
6. Pozory i wielkie aspiracje – amerykańska kultura w dekadzie Gierka / 243
  - 6.1. *Enklawy zachodniego dobrobytu – Peweksy, Barbie i kultura konsumpcji w wersji PRL* / 245
  - 6.2. *Kino – pozory normalności* / 249
  - 6.3. *Telewizja – w służbie propagandy sukcesu* / 254
  - 6.4. *Disco – muzyka w służbie konsumpcjonizmu* / 262
  - 6.5. *W poszukiwaniu buntowników* / 263
7. „Wyśniłem sobie wolność” – kultura amerykańska na barykadach nowoczesności / 268
  - 7.1. *Wideomania i Polaków aspiracje modernizacyjne* / 274
  - 7.2. *Rock jest buntem – ku kulturowej różnorodności* / 285
8. Podsumowanie / 297

#### ROZDZIAŁ 5. SPOTKANIE TRZECIE. W CIENIU AMERYKANIZACJI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W CZASACH TRANSFORMACJI / 301

1. Zarys sytuacji polityczno-społecznej / 301
2. Zaangażowanie Stanów Zjednoczonych w procesy transformacyjne / 303
3. Różne wzorce, różne wartości – Polacy wobec traumy kulturowej / 308
4. Amerykanie w mainstreamie albo czy grozi nam amerykanizacja? / 310
5. Kinowa konsumpcja – czy to jeszcze kultura? / 314

6. Między salonem Carringtonów a Alaską – telewizja wobec nowych wyzwań / 320
7. Między MTV a polskim blokowiskiem, czy amerykańska kultura ma wciąż potencjał subwersywny? / 338
8. Podsumowanie / 345

## ROZDZIAŁ 6. SPOTKANIE CZWARTE. W KIERUNKU POSTAMERYKANIZACJI – MIEJSCE I ROLA AMERYKAŃSKIEJ KULTURY POPULARNEJ WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE / 347

1. Zarys sytuacji polityczno-społecznej / 347
2. Nowe technologie, nowe paradygmaty uczestnictwa w kulturze / 352
3. Postamerykanizacja? / 353
4. Seriale nowej generacji – amerykańska kultura popularna w stylu *hip* / 355
5. Podsumowanie / 366

## ZAKOŃCZENIE / 369

## EPILOG: CO NAM ZOSTAŁO Z TYCH SPOTKAŃ? PYTANIE O PAMIĘĆ / 373

Pokolenie X: Rodzice / 376

Pokolenie Y: Dzieci / 378

## BIBLIOGRAFIA / 383

## FILMY I SERIALE TELEWIZYJNE WYMNIENIONE W KSIĄŻCE / 401

## SPIS ILUSTRACJI / 407

## SUMMARY / 409

## INDEKS / 413





## WSTĘP

Prezentowana monografia podejmuje próbę opisu i refleksji krytycznej na temat obecności w Polsce amerykańskiej kultury popularnej oraz spotkań z nią Polaków w różnych okresach historycznych po roku 1918. Koncept spotkania, którym posłużono się w niniejszej pracy, został zapożyczony z tytułu publikacji poświęconej relacjom Niemców z kulturą amerykańską<sup>1</sup>. Publikacja ta jest pracą zbiorową, w której różni autorzy analizują rozmaite i przypadkowe obszary kultury amerykańskiej, z jakimi zetknął się niemiecki odbiorca. Niniejsza praca systematyzuje obszar polskich doświadczeń i nadaje im porządek chronologiczny. Koncept spotkania został wykorzystany przede wszystkim z powodu jego pojemności i niewartościującego charakteru. Spotkanie to zetknięcie się co najmniej dwóch podmiotów: osób, zjawisk, rzeczy, i wejście obu stron w pewną interakcję. Jeśli mowa o spotkaniu odbiorcy z tekstem kulturowym<sup>2</sup>, to jest to zawsze interakcja obustronna. Odbiorca w procesie recepcji dokonuje „konkretyzacji”<sup>3</sup> i interpretacji tekstu, przez co ten nabywa nowych zna-

---

<sup>1</sup> *Americanization and Anti-Americanism. The German Encounter with American Culture after 1945*, ed. A. Stephan, Berghahn Books, New York 2005.

<sup>2</sup> Tekst kultury w niniejszej pracy oznacza każdy obiekt, działanie, zachowanie, które ma znaczenie kulturowe. Clifford Geertz zalecał, aby wszystkie działania ludzi, które są nośnikami znaczeń, traktować jak tekst literacki i poddawać interpretacji. C. Geertz, *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, tłum. M.M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, *Cultura*. Dlatego pojęciem tekstu kulturowego będziemy określać zarówno filmy, muzykę, jak i ubrania czy żywność.

<sup>3</sup> Pojęcia konkretyzacji rozumianej jako rekonstrukcja znaczeń używa Roman Ingarden w swoich rozważaniach na temat dzieła sztuki. Według niego odbiorca może obcować wyłącznie z konkretyzacjami dzieła, które sam tworzy, wypełniając tzw. miejsca niedookreślone. Tym samym odbiór dzieła jest procesem aktywnego jego tworzenia. W moim przekonaniu z takim samym tworzeniem mamy do czynienia w procesie recepcji każdego tekstu kultury.

czeń. W wyniku polskich spotkań amerykańska kultura zyskała nie tylko nowe znaczenia nacechowane polską specyfiką, lecz także nowe funkcje, które mogły w ogóle nie wystąpić w innych kulturach.

Kluczowym pojęciem, którym się posługuję, omawiając spotkania Polaków z amerykańską kulturą popularną, jest koncept „Ameryki wyobrazonej”, będący formą wyobrażenia społecznego. Bronisław Baczko, autor publikacji poświęconej wyobraźni i wyobrażeniom społecznym, dowodzi, że wyobrażenia społeczne „wytworzone i ukształtowane przy użyciu tworzywa zaczerpniętego z zasobów symbolicznych, cechują się swoją realnością, która związana jest z samym ich istnieniem, ze zmiennym wpływem, jaki wywierają na mentalność i zachowania zbiorowe, z różnorodnymi funkcjami, jakie pełnią w życiu społecznym”<sup>4</sup>. Wyobrażenia społeczne to wyobrażenia zbiorowe, rodzaj „idei-obrazów”<sup>5</sup>, „które nie tylko wskazują jednostkom na to, że należą one do tego samego społeczeństwa, ale określają także mniej lub bardziej ściśle zrozumiałe dla nich sposoby odnoszenia się do owego społeczeństwa (...)”<sup>6</sup>. „Ameryka wyobrażona” to konstrukt, który powstał w zbiorowej wyobraźni Polaków, a oparty był w znacznej mierze na tekstach kultury popularnej, ikonach, symbolach, wartościach przez tę kulturę ewokowanych i odegrał istotną rolę porządkującą społeczne emocje, zachowania, aspiracje w różnych okresach naszej historii.

Tematyka monografii jest obszerna – obejmuje bowiem czas od roku 1918 aż do dziś – i podejmuje próbę ukazania okoliczności i charakteru polskich spotkań w szerszym, europejskim kontekście. Ponieważ nie ma na rynku polskim książki, która porządkowałaby i opisywała, a więc spełniała także funkcję pewnego katalogu, różne formy amerykańskiej kultury, z jaką Polacy mieli do czynienia przez ostatnie stulecie, opracowany materiał będzie z zasady bardziej zarysem tematyki, inspirującym być może do podjęcia dokładniejszych badań. Mam świadomość, że nie wszystkie formy kultury amerykańskiej uwzględniłam – nie piszę na przykład nic o komiksie ani reklamie, choć niewątpliwie są to bardzo ciekawe obsza-

---

Zob.: R. Ingarden, *Studia z estetyki*, t. 2, PWN, Warszawa 1958, s. 104-111, *Dzieła filozoficzne* / Roman Ingarden.

<sup>4</sup> B. Baczko, *Wyobrażenia społeczne. Szkice o nadziei i pamięci zbiorowej*, tłum. M. Kowalska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 14.

<sup>5</sup> *Ibidem*.

<sup>6</sup> *Ibidem*, s. 40.

ry badawcze. Nie znajdzie tu też Czytelnik opisu rozmaitych aktywności hobbystycznych czy fanowskich, realizowanych przez prawdziwych pasjonatów, a inspirowanych amerykańską kulturą popularną, jak na przykład muzyka country, która ma grono wielbicieli i wytrwałych w swych pasjach promotorów, jak choćby niezmordowany Kornelisz Pacuda; czy miłośnicy muzyki, tańca i stylu życia Ameryki lat 30. i 40. skupieni między innymi wokół krakowskiej Fundacji Kultury Złotej Ery Swingu Swing and Sway. Takich inicjatyw w całej Polsce są setki, jeśli nie tysiące. Nie należy zatem traktować niniejszego tekstu jako wyczerpującego opracowania. Materiał bowiem okazał się tak obszerny, a jednocześnie tak nieprzebadany, że dokładne analizy i opracowania musiałyby zająć lata i zamknąć się w wielotomowej publikacji. Niezbądany pod kątem obecności amerykańskiej kultury popularnej jest okres międzywojnia, a sądząc po repertuarze kin, zawartości czasopism z tego okresu, Polacy konsumowali amerykańskie produkty kulturowe nie mniej intensywnie niż Niemcy, Francuzi czy Brytyjczycy, a w tych krajach ta tematyka doczekała się wielu opracowań. Czasy Polski Ludowej<sup>7</sup> również budzą większe zainteresowanie badaczy w kontekście rodzimej kultury popularnej tego okresu, a przecież w naszej pamięci historycznej trwale zapisały się takie aktywności, jak potajemne granie jazzu, oglądanie *Bonanzy* czy wyjścia do kina na amerykańskie superprodukcje. Współczesne spotkania Polaków z kulturą amerykańską są bardzo intensywne, a jej obecność w codziennym krajobrazie semiotycznym często wywołuje krytykę i niezadowolenie. Głównym powodem jest powszechnie przyjęta opinia, że amerykańska kultura popularna nie ubogaca, a raczej ogranicza i ogłupia jej odbiorców. Dyskusja nad jej obecnością w naszym kraju ma prawie wyłącznie wymiar publicystyczny i nie uznano jej za godną refleksji naukowej w wymiarze szerszym niż teksty analizujące wybrane zjawiska wyjęte z różnych obszarów wpływów kultury amerykańskiej, na przykład jazz, który doczekał się bardzo wielu opracowań.

Najczęściej, gdy pojawia się dyskusja o wpływach kultury amerykańskiej, przywoływane jest zjawisko amerykanizacji, które również w polskim dyskursie naukowym nie wzbudziło szczególnie wielkiego zainte-

---

<sup>7</sup> Nazwa „Polska Ludowa” będzie stosowana w niniejszej pracy w odniesieniu do lat 1945-1989, okresu, gdy Polska pozostawała państwem satelitarnym Związku Radzieckiego.

resowania, stając się za to atrakcyjnym terminem publicystycznym, który przyciągał uwagę czytelników nie do końca rozumiejących, co ten termin oznacza. Przyczyny niewielkiego naukowego zainteresowania obecnością kultury amerykańskiej w Polsce są o tyle zastanawiające, że społeczna świadomość jej wpływów wydaje się wśród Polaków dosyć wysoka. Z łatwością potrafią wskazać w swoim otoczeniu amerykańskie zjawiska czy artefakty. Nie budzi też wątpliwości, jak sądzę, teza, że bez kultury amerykańskiej zarówno kultura polska, jak i europejska byłby dziś zupełnie inne. Przy czym europejska refleksja nad przenikaniem amerykańskiej kultury do kultur rodzimych jest znacznie bogatsza. W Niemczech, Francji, Wielkiej Brytanii czy Holandii badacze dokonują zarówno ogólnych podsumowań obecności kultury amerykańskiej w ich rodzimych systemach kulturowych, jej wpływów i znaczenia, jak i szczegółowych analiz czy studiów przypadku, które jednoznacznie pokazują sposób i charakter ich funkcjonowania na obcym terenie.

Polskie spotkania z kulturą amerykańską różnią się od tych zachodnioeuropejskich w wielu obszarach. Doświadczeniem, które w zasadniczy sposób wpłynęło na tę różnicę, było panowanie przez niemal pięćdziesiąt lat systemu socjalistycznego, który częściowo wyłączył Polaków z uczestnictwa w zmianach następujących w powojennej Europie Zachodniej, a polegających między innymi na dynamicznym rozprzestrzenianiu się wpływów amerykańskich w różnych obszarach życia – zarówno tych związanych z obecnością amerykańskiej kultury popularnej, jak i zmianami w obszarze biznesu, edukacji czy życia politycznego. To półwiecze doświadczeń wynikających z funkcjonowania w odmiennym systemie polityczno-ekonomicznym zdeterminowało nie tylko charakter obecności kultury amerykańskiej w Polsce, ale też stosunek Polaków do tej kultury. Ponadto w międzyczasie dokonały się w polskim społeczeństwie zmiany makro- i mikrostrukturalne, instytucjonalne, mentalne i świadomościowe, w których amerykańska kultura odegrała niebagatelną rolę.

Polskie doświadczenia z kulturą amerykańską, te wynikające z tęsknoty i pożądania w czasach, gdy kultura ta była ideologicznie wroga, a przez to zakazana, jak i te wynikające z gwałtownego wrzucenia Polaków w nowe okoliczności społeczno-polityczne i w będącą ich konsekwencją wszechobecność kultury amerykańskiej w Polsce, dotyczą bardzo złożonej materii działania kultury ponad granicami narodowymi. To oznacza

zmierzenie się z taką problematyką, jak kulturowy imperializm, amerykanizacja, globalizacja, hegemonia kulturowa, a także procesy modernizacyjne, lokalna recepcja, produkcja własnych zhybrydizowanych form. Tym zagadnieniom został poświęcony pierwszy rozdział książki, stanowiący podstawę teoretyczną, której jednak zasadniczym punktem będzie omówienie charakteru i właściwości amerykańskiej kultury popularnej oraz odniesienie ich do kategorii „Ameryki wyobrażonej”.

Ponieważ amerykańska kultura popularna docierała do Polski różnymi drogami, najczęściej z innych krajów europejskich, zasadne i rozsądne wydaje się określenie europejskiego kontekstu dla polskich spotkań z tą kulturą. Tej problematyce poświęcony jest drugi rozdział, w którym Czytelnik znajdzie rys kontekstu historycznego i społecznego obecności amerykańskiej kultury w Europie, form jej występowanie oraz ich recepcji. Bardziej szczegółowo omówione zostały doświadczenia trzech krajów: Wielkiej Brytanii, Francji i Niemiec.

Dużą rolę w rozważaniach zawartych w niniejszej monografii odegrały teksty niemieckich badaczy, którzy w swoich zainteresowaniach badawczych szczególną uwagę skupili na amerykańskiej kulturze popularnej i jej miejscu w niemieckim społeczeństwie. Kaspar Maase, a szczególnie Winfried Fluck są często cytowani, choć niemieckie doświadczenia z amerykańską kulturą popularną różnią się w kilku zasadniczych punktach od doświadczeń innych państw Europy Zachodniej, z których najważniejszy to ten, że w pewnym sensie amerykańska kultura popularna była w Zachodnich Niemczech kulturą okupanta. Ponadto Niemcy są przykładem udanego projektu amerykanizacji, która dokonała się tam w latach 50. i 60., na trwałe zmieniając system wartości Niemców. Doświadczenia niemieckie stały się dla mnie pewnym punktem odniesienia, zaś rozmowy z Winfriedem Fluckiem zwróciły moją uwagę na wiele aspektów i funkcji społecznych amerykańskiej kultury popularnej.

Kolejne rozdziały skupione są wyłącznie na tematyce polskiej. Dla porządku rzeczy należy ustalić granice, w których zamknięta zostanie problematyka polskich spotkań z kulturą amerykańską. Interesować nas będzie okres od 1918 roku do roku 2015 – ponad dziewięćdziesiąt lat, bardzo burzliwych, obfitujących w zmiany polityczne, z przewrotami systemowymi włącznie, ekonomiczne przekształcenia gospodarki, wzorów konsumpcji, metod pracy i całej struktury rynku pracy, a także form kultury

i modeli uczestnictwa w niej. Dlatego też naturalną rzeczą będzie wydzielanie pewnych okresów historycznych, charakteryzujących się względną spójnością zjawisk polityczno-społecznych, w których dochodziło do spotkań Polaków z amerykańską kulturą popularną.

Pierwsze z tych spotkań miało miejsce w okresie międzywojnia, czasie, w którym tworzyła się polska państwowość, a jednocześnie świat doświadczał ogromnych zmian modernizacyjnych związanych zarówno z rozwojem technologicznym, jak i sferą obyczajowości. „Wtedy rozpoczyna się okres fascynacji Stanami Zjednoczonymi nie tylko jako przestrzenią do życia (jak w XIX wieku), ale także tym, czym są one w sensie kulturowym”<sup>8</sup>. Amerykańska kultura popularna spełniała dość istotną rolę we wprowadzaniu procesów modernizacyjnych w Polsce: kino hollywoodzkie, muzyka jazzowa, produkty konsumpcyjne były nośnikami nowoczesności, zmieniającymi w wyrazisty sposób wzorce osobowe, formy spędzania wolnego czasu, obyczaje. Spotkanie to miało charakter fascynującego i ekskluzywnego zarazem flirtu, dotyczyło bowiem stosunkowo niewielkiej grupy, głównie lepiej sytuowanych mieszkańców dużych miast z Warszawą na czele, dla których amerykańska kultura oznaczała nową jakość, promowała nową obyczajowość i nowoczesne, wygodne życie.

Kolejne spotkanie, najdłuższe, podobne w charakterze do tajnej schadzki, miało miejsce w okresie Polski Ludowej. Czas ten nie był jednorodny i w różnych okresach amerykańska kultura była w nim różnie obecna, różnie przez władze reżimu oceniana i różnie dawkowana. Czas stalinowski to okres, w którym każda forma amerykańskości była tępiona jako wroga ideologiczna i szkodliwa społecznie. To spowodowało opór społeczny, do którego demonstrowania wykorzystywane były różne formy amerykańskiej kultury, jak na przykład grany potajemnie jazz. Gomułkowska „mała stabilizacja” otworzyła granice, poluzowała obostrzenia i wykorzystywała kulturę zachodnią, w tym amerykańską, do manipulowania społecznymi emocjami. Polacy, szczególnie młodzi, chłonili wszystko, co zachodnie i amerykańskie. W kolejnej dekadzie, dekadzie gierkowskiej „propagandy sukcesu”, amerykańska kultura straciła nieco swoją wywrotowość, stała się dla władz i dla społeczeństwa wzorem aspi-

---

<sup>8</sup> I. Pietraszewski, *Jazz w Polsce. Wolność improwizowana*, Nomos, Kraków 2012, s. 41.

racji, szczególnie w obszarze konsumpcji. W burzliwych latach 80. – czasach stanu wojennego i walki opozycyjnej – amerykańska kultura motywowała do działań, uświadamiała, że jest gdzieś lepszy, bardziej kolorowy świat, o który warto walczyć. Sprzyjał temu rozwój technologii. Magnetoфон i magnetowid uwolniły odbiorców od jedynie słusznego dystrybutora i kontrolera treści kulturowych, jakim były komunistyczne władze oraz wspierające je w czuwaniu nad właściwym rozwojem kulturalnym społeczeństwa elity intelektualne.

To, co pozostało niezmiennie przez cały okres Polski Ludowej, to stosunek Polaków do amerykańskiej kultury, jednoznacznie pozytywny, wynikający z niedosytu, który prowadził do tego, że poddawali oni zwykle produkty amerykańskiej kultury popularnej i konsumpcyjnej operacjom mitotwórczym. Władze partyjne, niezmiennie krytycznie nastawione (choć z różną intensywnością) do amerykańskiej kultury, swym stanowiskiem budowały w Polakach postawę oporu wyrażającą się sympatią, a bywało że i skrajnie bezkrytycznym uwielbieniem dla wszystkiego, co amerykańskie.

Okres trzeciego spotkania to czas między rokiem 1989, w którym nastąpiła zmiana systemu polityczno-ekonomicznego, a rokiem 2004, kiedy Polska stała się członkiem Unii Europejskiej. Samo spotkanie przypominało więc z jednym charyzmatycznym liderem i masą bezkrytycznie zapatrzonych w niego, nieco nawet odurzonych, zwolenników. W tym piętnastolecu Polacy zachłannie i bezkrytycznie czerpali z amerykańskich wzorców. Ameryka straciła wtedy status symbolu buntu i pewnej alternatywności, którą miała w czasach Polski Ludowej. Stała się gwałtownym *mainstreamem* i, podobnie jak w dwudziestoleciu międzywojennym, siłą modernizacyjną, na której wspierała się w znacznej części polska transformacja. Amerykańska kultura z siłą tsunami zalała Polskę, nadrabiając utracone dekady funkcjonowania w niszy z reglamentowanym dostępem. Wtedy pojawiają się formułowane głośno obawy elit przed amerykanizacją polskiej kultury oraz głosy znużenia jej nadmiarem.

Czwarte spotkanie to to, w którym wciąż uczestniczymy, a które zaczęło się w moim pojęciu około roku 2004, kiedy Polacy przeorientowali swoje wzorce i aspiracje, szukając ich spełnienia na terytorium kultury europejskiej, a jednocześnie Stany Zjednoczone po niewątpliwej traumie, jaką był 11 września 2001 roku, zmieniły swoje główne przesłanie wysyła-

ne świata. Stały się bardziej nieufne i podejrzliwe, a kontrowersje wokół prezydentury George'a W. Busha, związane z inwazją Stanów Zjednoczonych na Irak, a potem kryzys 2008 roku pogłębiły krytyczny stosunek świata i Polski do tego kraju i jego kultury. Współczesne spotkania z kulturą amerykańską przypominają wielobarwny i różnorodny targ, na którym polscy odbiorcy wybierają z oferty handlowej tylko to, co ich interesuje. Oferta jest bogata, a produkty kultury amerykańskiej występują w niej obok produktów wielu innych kultur.

Przyglądając się spotkaniom Polaków z amerykańską kulturą popularną w poszczególnych okresach, będziemy patrzeć na dwie strony tego spotkania. Nie możemy przyglądać się tylko odbiorcom i ewentualnym efektom działania na nich tej kultury, a takie podejście zdecydowanie dominuje w dyskusjach nad transferem amerykańskiej kultury i jej obecnością w innych kulturach. Ważna jest również strona nadawcy, to, jak jest postrzegany, jakie społeczne emocje budzi, czy jest dla nas atrakcyjny i pożądany. Wydaje się, że teraz właśnie doświadczamy pewnej zmiany paradygmatu w naszych symbolicznych relacjach ze Stanami Zjednoczonymi i amerykańską kulturą popularną. Wpływa na to zarówno zakwestionowanie pierwotnej atrakcyjności nadawcy, jak i zmiany w technologiach komunikacyjnych, które otwartością na bardzo różnorodne treści rozmywiają spójność przekazu czyniącego uprzednio Amerykę daleko bardziej pociągającą.

Jak już ustaliliśmy, każde polskie spotkanie z amerykańską kulturą popularną jest relacją dwustronną, w wyniku której my, odkrywając atrakcyjność amerykańskiej kultury, zawłaszczamy ją, ubogacając tym samym nasze własne formy kulturowe, ale też spotkanie to nadaje nowe oblicze amerykańskim tekstom, pokazuje ich nowy potencjał – polski jazz czy hip-hop pokazują wyraźnie, ile nowych form, funkcji i sensów nabywa amerykańska kultura popularna w wyniku zetknięcia się z lokalnymi formami i okolicznościami. We współczesnych studiach amerykanistycznych coraz ważniejszą rolę odgrywa orientacja transnarodowa, w której centrum zainteresowania znajdują się zjawiska wyłaniające się ze styku tego, co amerykańskie, i tego, co narodowe. Szczególnie badania nad amerykańską kulturą popularną wymagają dialogicznego i transkulturowego podejścia, dzięki któremu badanie dwukierunkowych procesów transkultuacji i reartykulacji różnych form amerykańskiej kultury w obcym, w naszym



wypadku polskim kontekście kulturowym pozwoli na opisanie nowych możliwości, form i funkcji amerykańskiej kultury<sup>9</sup>.

Jednym z istotnych terytoriów działania tekstów amerykańskiej kultury popularnej, w którym niezwykle przydatna jest perspektywa transnarodowa, jest kultura młodzieżowa, również w jej odmianach subkulturowych, której sporo miejsca poświęcono również w niniejszej monografii. Dzieje się tak z kilku powodów. Po pierwsze, kultura młodzieżowa narodziła się w Stanach Zjednoczonych, a stamtąd dzięki operatywności amerykańskiego przemysłu kulturowego rozprzestrzeniła się na cały niemal świat. Różne atrybuty i manifestacje tej kultury były naśladowane i zawłaszczane również w Polsce. Po drugie, kultura młodzieżowa, choć dotyczy stosunkowo niewielkiej grupy społecznej, jest formacją bardzo wyrazistą, ponieważ jej istota zasadza się na przynależności do grupy rówieśniczej, którą młodzi ludzie budują poprzez zewnętrzne atrybuty, na przykład nosząc takie same ubrania, fryzury, słuchając tej samej muzyki. Dzięki temu kultura młodzieżowa jest stosunkowo łatwa do opisania. Kolejny ważny powód leży w rewolucyjnym charakterze młodości. Młodzież z zasady kontestuje zastaną rzeczywistość, rozpoczynając proces zmian mniej lub bardziej rewolucyjnych, co zwraca uwagę i jest zachętą do diagnozowania nowych trendów, które mogą mieć – i tak często się działo – wpływ na całe społeczeństwo. Po czwarte wreszcie, atrakcyjność młodości sprawia, że trudno jest się z nią rozstać, dlatego wielu zaangażowanych w różne aktywności społeczne czy artystyczne młodych ludzi po wejściu w dorosłość, a nawet zaawansowaną dorosłość wciąż stylem życia, ubiorem czy zainteresowaniami manifestuje swoją przynależność do młodzieży. Dlatego kultura młodzieżowa nie dotyczy wyłącznie młodzieży w powszechnie przyjętych granicach wieku 15-19 lat<sup>10</sup>, lecz obejmuje znacznie szerszą grupę społeczną, co czyni ją zjawiskiem ważnym i godnym głębszej analizy.

---

<sup>9</sup> *Re-framing the Transnational Turn in American Studies*, eds. W. Fluck, D.E. Pease, J.C. Rowe, Dartmouth College Press, Hanover 2011, *Re-Mapping the Transnational: A Dartmouth Series in American Studies*; R. Duncan, C. Juncker, *Transnational America. Contours of Modern US Culture*, Museum Tusculanum Press, Copenhagen 2004; F. Kelleter, *Transnationalism: The American Challenge*, „Review of International American Studies” 2007, vol. 2, no. 3, s. 29-33.

<sup>10</sup> B. Fatyga, *Dzicy z naszej ulicy. Antropologia kultury młodzieżowej*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1999, s. 58.

Na koniec wreszcie pragnę wyjaśnić, że posługiwać się będę konsekwentnie terminem „kultura popularna” lub „popkultura”, unikając, poza cytatami, terminu „kultura masowa”, choć w dyskursie kulturoznawczym są one zazwyczaj używane wymiennie. Powody do takiego podejścia terminologicznego są co najmniej dwa. Po pierwsze, uważam termin „kultura masowa” za mocno wartościujący i wyrosły z historycznego już przekonania, że oto istnieją jakieś elity i jakieś masy, i na dodatek te pierwsze manipulują tymi drugimi, co zostało już zakwestionowane przez klasyków studiów kulturowych, między innymi Johna Fiske’a czy przedstawicieli szkoły brytyjskich studiów kulturowych z Birmingham, kilkadziesiąt lat temu. Po wtóre, termin „kultura popularna” jest terminem szerszym, obejmującym także zjawiska kulturowe sprzed ery technologicznej reprodukcji, a o takich również będzie mowa w niniejszej monografii.

Amerykańska kultura popularna była częścią procesów globalizacyjnych i modernizacyjnych. Dzięki swemu uniwersalnemu charakterowi, sprawdzonemu w multietnicznym i wielokulturowym społeczeństwie amerykańskim, z łatwością trafiała w gusta ludzi na całym świecie. Jej eskapistyczny i buntowniczy charakter sprawiał, że służyła społeczeństwom w rozmaitych okolicznościach do wyrażania bardzo rozmaitych potrzeb. Polskie spotkania z amerykańską kulturą popularną z jednej strony wpisują się w globalne tendencje jej wykorzystania. Z łatwością można zbudować siatkę podobnych zjawisk występujących w podobnych, a czasem nawet tych samych okresach, choć w różnych politycznie i geograficznie miejscach. Z drugiej strony Polacy z powodu odmiennych doświadczeń politycznych uczestniczyli w konsumpcji amerykańskiej kultury, przyswajając ją w sposób mniej naturalny, w efekcie jakby wypaczając wiele kulturowych elementów.

Bez wątpienia kultura popularna stała się w ostatnim stuleciu ważnym elementem kształtującym tożsamość Polaków, zaś amerykańska kultura odegrała w tych procesach rolę kluczową – inspirując, dostarczając poręcznych rozwiązań formalnych, a także symboli, ikon, anektując sporą część wyobraźni, generując rozmaite fantazje, ale też wspólne pokoleniowe doświadczenia. Spotkania Polaków z amerykańską kulturą popularną, raz miłe i edukujące, innym razem trudne i niebezpieczne, budowały relacje i więzi, a także stały się zapisem dorostania, walki, stawiania się wolnym, demokratycznym i nowoczesnym społeczeństwem.

## ROZDZIAŁ I

### PRZYGOTOWANIE DO SPOTKANIA. AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA – CHARAKTERYSTYKA I MIEJSCE W PODSTAWOWYCH OBSZARACH DYSKURSU

W dniu, w którym za oceanem narodziła się ekscentryczna, pełna mocy nowoczesność, Europa zaczęła znikać. Mity zmieniły miejsce. Dzisiaj wszystkie mity nowoczesności są amerykańskie<sup>11</sup>.

W czerwcu 2009 roku w krakowskim Muzeum Narodowym otwarto wystawę zatytułowaną *Amerykański sen – American Dream*. Była ona owocem współpracy Muzeum Narodowego, Konsulatu Amerykańskiego w Krakowie oraz Instytutu Amerykanistyki i Studiów Polonijnych Uniwersytetu Jagiellońskiego i miała uczcić 90-lecie nawiązania przez Polskę stosunków dyplomatycznych ze Stanami Zjednoczonymi. Pomysł i inicjatywa wyszły od pracowników Konsulatu, którzy w ramach swoich obowiązków byli niejako zobligowani do zorganizowania wydarzenia mającego upamiętniać ten historyczny fakt. Jednak w czasie dyskusji i burzy mózgów odbywających się w czasie spotkań przedstawicieli wyżej wymienionych instytucji okazało się, że każdy z uczestników widzi okazję do uczczenia tej rocznicy w szerszy sposób – ważna okazała się nie tyle dyplomacja, co kultura amerykańska i jej doświadczanie przez Polaków.

---

<sup>11</sup> J. Baudrillard, *Ameryka*, tłum. R. Lis, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2001, s. 109, *Spojrzenia*.

Dyskusje toczyły się głównie wokół zawartości i koncepcji narracyjnej wystawy: jak pokazać wieloletnie spotkania Polaków z kulturą amerykańską? Jakie artefakty zaprezentować? Jak opowiedzieć o roli, jaką kultura amerykańska odegrała zarówno w historii i polityce, jak i w osobistym życiu Polaków, i jak wszystko to zrobić za pomocą przekazu godnego i właściwego dla Muzeum Narodowego? Każdy z nas wiedział, że musi być Elvis Presley, kowboj, najlepiej Wayne lub Cooper, Myszka Miki, Barbie i guma Donald z historyjką obrazkową, ale jak pokazać istotę tego, czym była dla Polaków Ameryka i amerykańska kultura?

Ostatecznie wybór padł na fotorealizm, zwany również hiperrealizmem<sup>12</sup>, kierunek rdzennie amerykański, który był reakcją na założenia pop-artu i którego głównym celem była gloryfikacja rzeczywistości i pokazanie jej z jak największą precyzją. Fotorealiści jako świadomie określony punkt wyjścia do malowanego dzieła traktują fotografię, którą, najczęściej w dużo większej skali, za pomocą misternych technik malarskich przenoszą na płótno. Uzyskują w ten sposób efekt precyzyjnie odtworzonej rzeczywistości, która jednak wydaje się bardziej realna, niż jest naprawdę. Bardziej wyrazista, bardziej dokładna, bardziej barwna, bardziej dosadna i bardziej namacalna, a przez to jakby sztuczna, „tak prawdziwa, że ujawnia ona bez żenady własną fikcyjność”<sup>13</sup>. Obrazy te stwarzają bardzo przekonującą iluzję rzeczywistości. Hiperrzeczywistość to rzeczywistość bardziej rzeczywista od samej rzeczywistości. Terminu tego użył po raz pierwszy Jean Baudrillard w swojej opublikowanej w 1981 roku książce *Symulakry i symulacja*, określając hiperrzeczywistość jako efekt „zastąpienia rzeczywistości znakami rzeczywistości”<sup>14</sup>. Wybór malarstwa fotorealistycznego okazał się bardzo trafny, ponieważ idealnie ilustrował polskie

---

<sup>12</sup> Nazwy „fotorealizm”, „superrealizm” czy „hiperrealizm” są używane wymiennie do opisanego nurtu w malarstwie, który narodził się w Stanach Zjednoczonych w 1965 roku. Istnieją jednak historycy sztuki, dla których fotorealizm nie jest tożsamy z hiperrealizmem, a uzasadniają to różnymi technologiami źródła inspiracji, czyli fotografii. Fotorealizm wykorzystywał fotografię analogową, hiperrealizm inspirował się fotografią cyfrową. Ponieważ jednak na krakowskiej wystawie były obrazy inspirowane fotografiami realizowanymi w różnych technologiach, terminów „hiperrealizm” i „fotorealizm” będziemy używać wymiennie.

<sup>13</sup> U. Eco, *Semiologia życia codziennego*, tłum. J. Ugniewska, P. Salwa, Czytelnik, Warszawa 1999, s. 15, *Nowy Sympozjon*.

<sup>14</sup> J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005, s. 7.

postrzeganie Ameryki, bardziej poprzez znaki Ameryki, jakie różnymi kanałami docierały do Polaków, niż poprzez bezpośrednie doświadczanie amerykańskiej rzeczywistości, które przecież nawet obecnie dane jest niewielu z nas.



1. Plakat wystawy *Amerykański sen* zorganizowanej w Muzeum Narodowym w Krakowie w 2009 roku, prezentującej w symboliczny sposób stosunek Polaków do Stanów Zjednoczonych i amerykańskiej kultury. Podstawę ekspozycji stanowiła kolekcja obrazów amerykańskich fotorealistów

## I. CHARAKTER AMERYKAŃSKIEJ KULTURY POPULARNEJ A KATEGORIA „AMERYKI WYOBRAŻONEJ”

Obrazy fotorealistów stanowią też kwintesencję amerykańskiej kultury popularnej, opartej na pewnych kliszach, powtarzalnych konwencjach gatunkowych, naśladownictwie i nieustającym krążeniu i recyklingowaniu wizerunków, symboli, motywów, które postrzegane są jako sztuczne, nierealne. Ta nierealność czy sztuczność nie jest jednak wobec amerykańskiej sztuki zarzutem, lecz jak twierdzi Jaap Kooijman, „jedną z najbar-

dziej atrakcyjnych i kuszących cech”<sup>15</sup>. Kooijman w tytule swojej książki nawiązał do wypowiedzi Umberto Eco: „amerykańska wyobraźnia, poszukując prawdziwej rzeczy, tworzy ostatecznie absolutny fałsz”<sup>16</sup>. Dla Eco absolutny fałsz jest rodzajem hiperrealności, w której „kulturowy artefakt jest postrzegany jako ulepszona kopia, bardziej »prawdziwa« niż jej oryginał”<sup>17</sup>.

Ten aspekt estetyczny amerykańskiej kultury współgra z jej innymi cechami, które z kolei determinują charakter jej społecznego oddziaływania. Amerykańska kultura popularna ma zasięg globalny, fascynuje ludzi z różnych, czasami bardzo odmiennych środowisk i obszarów kulturowych. Amerykańskie firmy bezsprzecznie dominują na rynku dóbr kulturowych i „Jankesi kolonizują naszą podświadomość”<sup>18</sup>. Warto jednak zadać sobie pytanie, dlaczego przychodzi im to z taką łatwością, co jest takiego w produktach tej kultury, że uwodzą miliony ludzi na całym świecie.

Rozpocząć należy od prostej historycznej obserwacji, że amerykańska kultura popularna, zanim zdobyła zasięg międzynarodowy, miała już charakter transkulturowy. Wynikało to z różnorodnego, wielokulturowego charakteru amerykańskiego społeczeństwa i istotne było zarówno na poziomie nadawców, jak i odbiorców tej kultury. Winfried Fluck<sup>19</sup> przedstawia dwie zasadnicze przyczyny pojawienia się nowej, niezwykle witalnej i nowoczesnej formy kultury właśnie w społeczeństwie amerykańskim.

Pierwszą z nich była możliwość odniesienia sukcesu finansowego i podniesienia statusu społecznego właśnie dzięki „uprawianiu” rozmaitych form takiej kultury. Dzięki temu, że tak wielu bardzo różnych Amerykanów, z bardzo różnym zapleczem kulturowym i etnicznym, widziało szansę na zaistnienie na rynku i wzbogacenie się, od razu na poziomie nadawców tej kultury pojawiła się oferta bardzo bogata i tak różnorodna, jak nigdzie indziej na świecie. Krótko mówiąc, amerykańska kultura po-

---

<sup>15</sup> J. Kooijman, *Fabricating the Absolute Fake. America in Contemporary Pop Culture*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2008, s. 10. O ile nie zaznaczono inaczej, wszystkie tłumaczenia własne – J. Sz-B.

<sup>16</sup> U. Eco, *op. cit.*, s. 16.

<sup>17</sup> J. Kooijman, *op. cit.*, s. 10.

<sup>18</sup> Słynna, wielokrotnie cytowana w rozmaitych źródłach wypowiedź niemieckiego reżysera Wima Wendersa.

<sup>19</sup> W. Fluck, *California Blue. Americanization as Self-Americanization*, [w:] *Americanization and Anti-Americanism. The German Encounter with American Culture after 1945*, ed. A. Stephan, Berghahn Books, New York 2005, s. 225-227.

pularna czerpała korzyści z unikalnej w skali światowej różnorodności, jaką zapewniała jej heterogeniczna struktura amerykańskiego społeczeństwa, oraz rozwiniętych mechanizmów wolnorynkowych.

Drugą przyczynę znajduje Fluck po stronie odbiorców tej kultury, mieszkańców Stanów Zjednoczonych, pochodzących z różnych stron świata, mówiących różnymi językami, różnie wykształconych, najczęściej słabo, wyznających różne religie. Ten heterogeniczny charakter odbiorców kultury sprawił, że zaczęto poszukiwać form, które trafiłyby, jeśli nie do wszystkich, to do większości. Zaczęto poszukiwać wspólnego, uniwersalnego języka kulturowej komunikacji.

Proces upowszechniania się kultury popularnej wśród społeczeństwa amerykańskiego związany jest z przyspieszeniem procesu kulturowej jego dehierarchizacji. Jeszcze w wieku XVIII uczestnictwo w kulturze było dostępne jedynie dla elit, dobrze wykształconych i zasobnych. Teatr, książka czy gazeta były dobrami luksusowymi i trudno dostępnymi zarówno ze względu na wysublimowane treści, jak i wysokie koszty. Wydaje się, że tym pierwszym wydarzeniem w sekwencji wydarzeń prowadzących do upowszechnienia się oraz dostępności dóbr kultury było pojawienie w latach 30. XIX wieku taniej prasy. Penny Press Era (1833-1961) pokazała, jaki produkt dociera do zwykłych ludzi i ich interesuje: prosta forma, prosty język, bardziej działający na emocje niż intelekt, oraz niska cena. Okres, w którym pojawia się „gazeta za pensa”, w historii Stanów nazwany okresem jacksonowskiej demokracji, charakteryzuje się dynamiczną demokratyzacją<sup>20</sup> życia politycznego. Prezydent Andrew Jackson zbudował podstawy amerykańskiej demokracji, w której kluczowa była zasada suwerenności ludu, a pojęcie ludu obejmowało każdego obywatela: właściciela fabryki i robotnika, plantatora i ubogiego farmera. Ponieważ na początku XIX wieku dokonał się również znaczący postęp technologiczny – maszyna parowa znalazła zastosowanie w wielu urządzeniach, które ułatwiały życie zwykłym ludziom – to dzięki zmechanizowanej produkcji wiele towarów dotąd drogich i dla wielu niedostępnych wkrótce stało się

---

<sup>20</sup> Demokratyzacja oznacza proces poszerzania praw i szans realizacji jednostki w społeczeństwie. Demokratyzacja jest procesem prowadzącym do demokracji, w której wszyscy mają już równe prawa i wyrównane szanse. Demokratyzacji nie należy utożsamiać z demokracją. Procesem, który wyprzedza demokratyzację, jest liberalizacja rozumiana jako osłabienie rygoru i złagodzenie norm i zasad społecznych.

dobrami powszechnymi. Dlatego okres prezydentury Andrew Jacksona to także czas ekonomicznego demokratyzowania się amerykańskiego społeczeństwa, co w konsekwencji prowadzi do jego kulturowej dehierarchizacji.

Przypadek „gazety za pensa” znakomicie ilustruje cały mechanizm zacierania się zależności w kulturowych hierarchiach amerykańskiego społeczeństwa. Gazety, które zaczęły się pojawiać, począwszy od 1833 roku, były napisane prostym językiem, poruszały tematy, które były interesujące zarówno dla prostych ludzi, jak i tych z wyższych warstw społecznych, były tanie, drukowane w dużych nakładach i powszechnie dostępne. Tania gazeta, a jeszcze wyraźniej tzw. *dime novel*, popularna, bardzo schematyczna, zamknięta w konwencji gatunkowej powieść, najczęściej romans lub historia sensacyjna, pokazały, że jedną z podstawowych strategii budowania tekstu popularnego jest jego „uproszczenie i redukcja”<sup>21</sup>. To z kolei sprawia, że obok uprzednio wymienionych czynników, jak masowość i niska cena, teksty kultury popularnej charakteryzuje „dostępność i przystępność”<sup>22</sup>. Przy czym dostępność i przystępność nie są kulturze popularnej dane raz na zawsze, lecz ulegają nieustającemu poszarzaniu.

Fluck zauważa jednak, że komunikacja językowa miała wiele ograniczeń – nie wszyscy znali angielski, nie wszyscy też umieli czytać i pisać. Zarówno amerykańska prasa, jak i tania, szablonowa literatura, choć niezwykle popularne, nie miały jeszcze tej siły totalnego i globalnego rażenia, co teksty kultury audiowizualnej. O naprawdę globalnych wpływach kultury amerykańskiej możemy mówić, gdy pojawił się film, radio, a następnie telewizja.

Zredukowanie i uproszczenie form kultury popularnej związane było ściśle z nowymi technologiami produkcji i dystrybucji produktów kultury. Technologia determinowała formę przekazu, ale też zwiększała jego dostępność i przystępność oraz – co niezwykle ważne dla atrakcyjności amerykańskiej kultury – stwarzała nowe możliwości i formy ekspresji estetycznego doświadczenia<sup>23</sup>. Te formy tworzone były wciąż i na nowo, ponieważ kultura amerykańska nieustająco zawłaszczwała, łączyła, mieszała bardzo różnorodny materiał kulturowy, tworząc nowe, co niekoniecznie

---

<sup>21</sup> W. Fluck, *op. cit.*, s. 225.

<sup>22</sup> *Ibidem*.

<sup>23</sup> *Ibidem*, s. 226.



znaczy oryginalne, produkty, praktyki, narracje<sup>24</sup>, które jednak dawały jednostkom możliwość wypełnienia ich swoimi emocjami, były efektywnym sposobem tworzenia swojej wyobrażonej podmiotowości i wykorzystania tych tekstów zależnie od potrzeb jednostki w bardzo specyficzny i indywidualny sposób. Zatem dostępność i przystępność gwarantowały nie tylko demokratyzację kultury, ale także jej otwarty charakter, który nie przypisywał odbiorcy do jej jednoznacznych odczytań i interpretacji, lecz uruchamiał ją na jego indywidualne potrzeby. To otwarcie na jednostkowe użycie tekstów dawało, przynajmniej w odczuciu użytkowników, możliwości budowania kulturowej tożsamości i własnej podmiotowości.

Indywidualizacja, rozumiana jako odcięcie się jednostki od władzy społecznych nakazów, a prowadząca do pluralizacji stylów życia, jest trzecim czynnikiem popularności kultury amerykańskiej<sup>25</sup>. Szczególnie atrakcyjny dla odbiorców tej kultury wydawał się jej „antyautorytarny charakter, przejawiający się pod rozmaitymi postaciami, od nieformalnych form zachowania, przez różne wyrazy młodzieńczego buntu, aż po prowokacyjne, wrzaskliwe, a nawet celowo wulgarne i tandetne formy wyrazu, które czerpią przyjemność z łamania ustalonych społecznie norm smaku”<sup>26</sup>.

Społecznie obowiązujące normy dobrego smaku mogą być dla jednostek represywne i kwestionuje je każdy, kto buduje swoją kulturową podmiotowość. Dlatego zapewne amerykańska kultura popularna jest tak atrakcyjna dla młodych ludzi, z reguły odrzucających obowiązujące normy estetyczne i tradycję jako bardzo ograniczające i poszukujących narzędzi i form do wyrażenia swoich nonkonformistycznych postaw. Antyautorytarny charakter kultury amerykańskiej motywował i inspirował, a jej nie-narzucająca się uproszczona forma pozwalała na wypełnienie jej osobistymi wariacjami buntu.

Kategoria buntu i kontestacji zastanej rzeczywistości, własnej kultury i tradycji wydaje się kluczowa przy ocenianiu atrakcyjności kultury ame-

---

<sup>24</sup> F. Kelleter, *Schallmauern im Lichtspielhaus: Populärkultur, „Trans-National America” und The Jazz Singer*, [w:] *Film transnational und transkulturell. Europäische und amerikanische Perspektiven*, Hrsg. R. Strobel, A. Jahn-Sudmann, Wilhelm Fink, Paderborn 2009, s. 112.

<sup>25</sup> *Ibidem*.

<sup>26</sup> W. Fluck, *The Americanization of German Culture? The Strange, Paradoxical Ways of Modernity*, [w:] *German Pop Culture. How „American” Is It?*, ed. A.C. Mueller, University of Michigan Press, Ann Arbor 2004, s. 25, *Social History, Popular Culture, and Politics in Germany*.

rykańskiej. I choć na pozór może nam się wydawać, że zestandaryzowane formy tej kultury mogą uwstecznić jej odbiorców, zabijać ich kreatywność i poczucie autonomii, musimy mieć świadomość, że „nawet najbardziej konwencjonalne i najbardziej zjadliwe podstępne symbole amerykańskiej kultury konsumpcyjnej, takie jak coca-cola czy McDonald's, mogą konotować pewien rodzaj bezceremonialności, który dla młodych ludzi z różnych stron świata może mieć charakter wyzwalający”<sup>27</sup>. Wielu z nas zapewne wciąż pamięta emocje związane z konsumpcją coca-coli w czasach Polski Ludowej i ile jej smak zyskiwał dzięki dodatkowym wyobrażeniom, jakie ewokowało jej amerykańskie pochodzenie. Jak zrozumiała w świetle tych spostrzeżeń staje się również gigantyczna kolejka, jaką utworzyli Moskwić, gdy w ich mieście otwierano pierwszą restaurację McDonald's. Czy stojący godzinami w tej kolejce ludzie robili to, by spróbować jedynie frytek i bułek z mielonym kotletem wołowym? Kluczowym powodem było „skosztowanie” Ameryki, zawartej w smaku amerykańskiego napoju czy hamburgera, a z nimi wszystkich wartości, które Ameryka dla nich symbolizowała.

Zasadniczą bowiem kwestią, do której nie sposób się nie odnieść, mówiąc o charakterze i przyczynach atrakcyjności amerykańskiej kultury, jest odpowiedź na pytanie, o jakiej Ameryce mówimy. Czy są to Stany Zjednoczone, silne ekonomicznie i politycznie państwo w Ameryce Północnej, czy może właśnie wyobrażony konstrukt, który nie istnieje w rzeczywistości, lecz powstaje w naszych głowach, gdy oglądamy obrazy fotorealistów, hollywoodzkie filmy, słuchamy jazzu, rocka czy pijamy coca-colę? Ten konstrukt to „Ameryka wyobrażona”, Ameryka funkcjonująca w naszym umyśle, w naszej wyobraźni. Jest ona produktem głębokiej fascynacji i emocjonalnego zaangażowania, dlatego jej wyobrażenie nie jest niczym stałym i danym na zawsze. Zmienia się zależnie od naszych potrzeb i emocji.

Utkana jest z wizerunków, stereotypów, słów piosenek, zatrzymanych w wyobraźni kadrów filmów lub całych narracji. „Ameryka wyobrażona” jest zawsze atrakcyjna, zawsze kusi, jest to – jak nazywał ją Dick Hebdige – „Ameryka mityczna”<sup>28</sup>, w której nie ma miejsca na amerykańskie slamsy,

---

<sup>27</sup> *Ibidem*, s. 26.

<sup>28</sup> D. Hebdige, *Hiding in the Light. On Images and Things*, Routledge, London 2002, s. 74, *Comedia Book*.

nietolerancję, rasizm czy bezduszny kapitalizm. Zważmy, że od początku powstawania Ameryka miała być urzeczywistnieniem utopijnych marzeń o lepszym świecie, „szczęśliwą krainą powstałą z nieprawości Starego Świata”<sup>29</sup>. Tak widzieli projekt amerykański jego twórcy, od pierwszych pielgrzymów począwszy, przez ojców założycieli, aż po kolejne pokolenia Amerykanów, którzy mają głębokie poczucie wyjątkowości swojego kraju. Jako rodzaj utopii zrealizowanej była postrzegana Ameryka przez długie lata przez Europejczyków, którzy niemal od początku snuli niesamowite opowieści o jej niezwyklej przyrodzie, bogactwie, otwartości, demokracji, potem nowoczesności. W „mitycznej Ameryce”, „Ameryce wyobrażonej” czy Baudrillardowskiej amerykańskiej hiperrzeczywistości odbijają się te stare utopijne przekonania i wyobrażenia o Ameryce, które przez lata były motywowane i wzmacniane przez amerykańskie mity.

#### I.1. KATEGORIA „AMERYKI WYOBRAŻONEJ” A AMERYKAŃSKI MIT

Bazą do powstania kategorii „Ameryki wyobrażonej” jest amerykański mit, do którego kreacji amerykańska kultura popularna przyczynia się w sposób zasadniczy i z którego czerpie pełnymi garściami. W zrozumieniu tego fenomenu bardzo przydatna będzie klasyczna już, wywodząca się z tradycji semiotycznych teoria mitu Rolanda Barthes’a, która pozwala na ujawnienie społecznych i kulturowych następstw funkcjonowania mitu w kulturze oraz użycie mitu do opisanie zjawisk z dyskursu życia codziennego. Barthes, odmiennie od innych teoretyków mitu, nie wiąże go ze sferą *sacrum*, lecz traktuje jako fenomen historyczny, związany z konkretnymi ideologiami, dopuszcza zmiany i modyfikacje mitu, tym samym postrzega mit jako zjawisko dynamiczne, proces, który kreowany jest przez rozmaite okoliczności zewnętrzne o podłożu społecznym, politycznym czy kulturowym. Barthes lokuje mit w obrębie *profanum*, ludzkiej codzienności, konsumpcji czy kultury popularnej, postrzegając właśnie kulturę popularną, media czy reklamę za główne źródła współczesnych mitologii. Jego teoria nadaje się idealnie do analizy koncepcji „Ameryki wyobrażonej” i jej związków z kulturą popularną.

<sup>29</sup> Fragment z kazania Philipa Paysona, cyt. za: T. Żyro, *Boża plantacja. Historia utopii amerykańskiej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 17. Logos.

W rozważaniach nad mitem Roland Barthes wychodzi od podstaw językoznawstwa Ferdinanda de Saussure'a i jego koncepcji dwoistej struktury znaku, którą przenosi na analizę mitu. Mit nazywa „wtórnym systemem semiologicznym” nadbudowanym na systemie pierwotnym, zwanym przez autora koncepcji „językiem-przedmiotem”, bo jest językiem zagarniętym przez mit do skonstruowania własnego systemu<sup>30</sup>. Mit niejako przejmując znakowość pierwszego systemu, „kradnie ją”, zawłaszcza. Mit, który Barthes nazywa metajęzykiem, wykorzystuje elementy „języka-przedmiotu”, z którego wziął początek, stoi ponad nim i opisuje go, ale przy okazji w swoisty sposób kondensuje i upraszcza język, skraca, wybiera tylko to, co ma mu służyć. Dzięki takiemu właśnie zabiegowi mit dokonuje zamiany historii w naturę. „Świat dostarcza mitowi rzeczywistości historycznej określonej przez (...) sposób jej wytwarzania lub wykorzystywania przez ludzi; mit natomiast przywraca obraz *naturalny* tej rzeczywistości”<sup>31</sup>. Mit powstaje bowiem poprzez pozbawienie rzeczy ich historycznego charakteru, „rzeczy tracą w micie pamięć swego wytwarzania”<sup>32</sup>, nie likwiduje ich jednak, a jedynie „robi oszczędności: usuwa złożoność ludzkich działań, nadaje im prostą esencję, likwiduje wszelką dialektykę, wszelkie wykroczenie poza bezpośrednią widzialność, organizuje świat bez sprzeczności, bo pozbawiony głębi, świat wystawiony na widok; mit ustanawia radosną jasność: rzeczy sprawiają wrażenie, że znaczą same przez się”<sup>33</sup>. W ten sposób to, co umotywowane historycznie, jawi się jako naturalne, nie wzbudza podejrzeń, nie narzuca się jako ideologiczne. Choć – jak dowodzi Barthes – mity są mocno nasycone ideologicznie, są wręcz głównymi nośnikami ideologii.

Czym zatem jest amerykański mit według założeń teorii Barthes'a? W obrębie języka Ameryka jest znakiem, którego elementem znaczącym jest wyraz „Ameryka” (w akustycznej lub graficznej formie), zaś znaczącym jest geograficznie określone miejsca na mapie, czasoprzestrzeń, która wywołuje w naszej wyobraźni określone skojarzenia. Połączenie obydwu części znaku tworzy nową jakość. To ona staje się obszarem penetracji dla mitu, to ją mit kradnie i z niej konstruuje siebie, by następnie wypełnić się

---

<sup>30</sup> R. Barthes, *Mitologie*, tłum. A. Dziadek, KR, Warszawa 2000, s. 246, *Pisma*, t. 3.

<sup>31</sup> *Ibidem*.

<sup>32</sup> *Ibidem*.

<sup>33</sup> *Ibidem*, s. 278.

nowymi znaczeniami, nową historią, zyskać szerszy kontekst. W obrębie amerykańskiego mitu Ameryka nie jest już prostym skojarzeniem wyrazu z odniesieniem na mapie, lecz zbiorem rozmaitych odniesień, symboli, ikon i historii.

Amerykańska historia, kultura i polityka są utkane z gęstej siatki rozmaitych mitów, które wchodzą ze sobą w relacje, tworząc „splcioną sieć zależności”<sup>34</sup>, którą możemy nazwać amerykańską mitologią, rozumianą jednak nie jako prosty zbiór mitów, lecz jako sieć złożonych systemów komunikacyjnych. Z przekazów tych wyłania się Ameryka zafałszowana, nawiązująca jedynie do kraju zwanego Stany Zjednoczone, jego historii i kultury. Ameryka, której jednak nie należy analizować racjonalnie, przecież mity nie są racjonalne, nie są też realne, choć w realności umotywowane. „To nie kraj produkuje mity, lecz opisy kraju” – powiedział w jednym z wywiadów Josif Brodski. Z europejskiej perspektywy mit Ameryki budowały przekazy ustne ludzi, którzy Amerykę odwiedzili, listy, w których ją opisywali, literatura inspirowana amerykańskim doświadczeniem.

We współczesnych społeczeństwach późnokapitalistycznych to produkty kultury popularnej – filmy, piosenki, prasa kolorowa, popularne powieści, fotografie czy reklama – najintensywniej tworzą mitologię współczesności, zawłaszczając różne elementy historii i rzeczywistości, upraszczają je, redukują, okradają z głębi i złożoności. Jak pisze Barthes w innym tekście:

Mit współczesny ma charakter nieciągły. Nie przejawia się już w wielkich, ustrukturuowanych narracjach, a jedynie w „dyskursach”. Wchodzi co najwyżej w obręb „frazologii”, stanowi zbiór zdań (stereotypów). Mit jako taki zniknął, pozostało jednak coś bardziej przewrotnego, a mianowicie mityczność (...) obecna wszędzie tam, gdzie wytwarza się zdania lub gdzie opowiada się historie (...): od języka wewnętrznego po rozmowę, od artykułu prasowego po przemówienie polityczne, od powieści (...) po reklamę – czyli w tych wszystkich słowach, które można objąć Lacanowską koncepcją wyobrazonego (*imaginaire*)<sup>35</sup>.

<sup>34</sup> I. Chernus, *The Two Great American Mythologies*, Mythic America, [online] <https://mythicamerica.wordpress.com/the-two-great-mythologies>, dostęp: 23 VIII 2014.

<sup>35</sup> R. Barthes, *O zmianie przedmiotu badań, czyli mitologia dzisiaj*, „Konteksty. Polska sztuka ludowa. Antropologia kultury, etnografia, sztuka” 1992, nr 3/4, s. 5-6, cyt. za: K. Piątkowski, *Mit – historia – pamięć. Kulturowe konteksty antropologii – etnologii*, Księży Młyn Dom

Mit Ameryki, który będziemy rozumieć tutaj bardziej jako złożoną siatkę współzależnych mitów, powstał zatem między innymi w oparciu o pewne uestetycznione wyobrażenia na temat tego kraju, jego mieszkańców, stylu życia, jakie wytworzyła kultura popularna, która z powodu swoich immanentnych cech – redukcji i uproszczenia – selektywnie traktowała elementy, z których budowane były popkulturowe teksty: schematyczne narracje, scenerie czy typy bohaterów, teksty adresowane przecież głównie do emocji, a nie intelektu odbiorców, zupełnie jak w micie. Według Ernsta Cassirera mit porządkuje świat poprzez podporządkowanie się potrzebom poznawczym człowieka, staje się światopoglądem i dlatego bywa przeżywany bardzo emocjonalnie. „Prawdziwym podłożem mitu nie jest podłoże myśli, lecz uczucia”<sup>36</sup>.

Amerykańska mitologia, jak każda inna, jest obszarem, na którym swoją aktywność ujawniają uczucia i emocje, wrażenia i wyobrażenia. Dzięki amerykańskiej kulturze popularnej i propagowanym przez nią mitom został wprowadzony pewien globalny porządek imaginacyjny. Do ludzi na całym świecie były wysyłane identyczne obrazy, symbole, narracje czy dźwięki, tworzące bardzo jasny i koherentny przekaz, co jak już wiemy, wcale nie przekładało się na to, że teksty te były odbierane przez wszystkich identycznie. Wręcz przeciwnie, otwartość na rozmaite rozumienia i interpretacje budowała swego rodzaju fenomen perswazyjny amerykańskiej kultury. Tekst kultury popularnej bowiem musi być „wytwarzalny”<sup>37</sup>. Powinien z jednej strony zostać łatwo odczytany przez odbiorcę, a z drugiej powinien zachować otwartość na jego niekontrolowaną aktywność, przy narzucaniu mu własnych znaczeń. „Tekst wytwarzalny obfituje w luźne wątki, które wymykają mu się spod kontroli; utrzymanie własnych znaczeń nie leży w jego mocy. Luki, które w nim istnieją, są na tyle pojemne, aby pomieścić zupełnie nowe treści w nich wytwarzane. W rzeczywistości tekst ten nie jest w stanie zapanować nad samym sobą”<sup>38</sup>.

---

Wydawniczy, Łódź 2011, s. 91, *Zeszyty Naukowe Domu Wydawniczego Księży Młyn. Humanistyka*.

<sup>36</sup> E. Cassirer, *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*, tłum. A. Staniewska, Czytelnik, Warszawa 1998, s. 150.

<sup>37</sup> J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, s. 107, *Cultura*.

<sup>38</sup> *Ibidem*, s. 108.

W świetle badań kulturoznawczych kultura popularna jawi się jako obszar, na którym między nadawcami a odbiorcami toczy się nieustająca walka o znaczenia, co w praktyce przekłada się na walkę o władzę i hegemonię, to obszar, w którym negocjacje nie mają końca i gdzie trudno osiągnąć jednoznaczny *consensus*.

John Storey zauważa, że w takim ujęciu kultura popularna nie jest kulturą narzuconą, tak jak widzieliby to teoretycy wywodzący się z myśli neomarksistowskiej,

nie powstaje też oddolnie, nie jest tworzoną spontanicznie kulturą opozycyjną zwykłych ludzi – lecz jest miejscem wymiany i negocjacji między tymi dwoma stronami: obszarem (...) znaczącym oporem i zawłaszczaniem. Zarówno teksty jak i praktyki kultury popularnej poruszają się w ramach tego, co Antonio Gramsci (1971) nazywa „kompromisem równowagi” (...). Proces ten ma charakter i historyczny (zakwalifikowanie czegoś do kultury popularnej w jednym okresie historycznym, a do innego typu kultury w innym), i synchroniczny zarazem (poruszanie się między oporem a przywłaszczeniem w danym okresie historycznym)<sup>39</sup>.

Przykładem pierwszego procesu może być jazz, kiedyś uznawany za przykład muzyki popularnej i uważany za pospolitą i niewyszukaną formę muzyki, dziś postrzegany jako muzyka elitarnego wysublimowania, czy film noir, który zaczynał jako pogardzane kino popularne, po to, by w kolejnych trzydziestu latach stać się kinem artystycznym<sup>40</sup>.

Negocjacyjny charakter amerykańskiej kultury popularnej, jej rotacyjność, polegająca na ciągłym generowaniu czy odświeżaniu tekstów oraz zmianie ich statusów, skutkuje nieustającą zdolnością do produkcji niekończących się sygnifikacji, co w efekcie czyni ją tak atrakcyjną dla odbiorców na całym świecie. Łatwiej zrozumieć ten mechanizm, jeśli zdamy sobie sprawę, jak bardzo nieatrakcyjny i nieefektywny w swoich działaniach perswazyjnych był socrealizm, też stworzony z myślą o odbiorcy masowym. Nie zakładał on jednak otwarcia swoich tekstów na wielorakie interpretacje ani postaw wywrotowych w ich odbiorze.

<sup>39</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*, Routledge, London 2013, s. 10.

<sup>40</sup> *Ibidem*.

To, co z pewnością intensyfikuje popularność i atrakcyjność amerykańskiej kultury, to jej komercyjny charakter. Kultura popularna jest sceną, na której dochodzi do nieustającego procesu utowarowienia na różnych poziomach. Towarem jest wyprodukowany film, a także grające w nim gwiazdy czy filmowa przestrzeń, która może służyć lokowaniu produktu. Muzyka z tego filmu może stanowić osobną wartość towarową, podobnie jak gadżety, które stworzono do jego reklamy. Kultura popularna jest produktem przemysłu kulturowego, który stanowi istotną część całego systemu kapitalistycznego, „jego fragment wytwarzający dobra popkultury w taki sam sposób, w jaki produkowane są inne towary konsumpcyjne. Celem jest nie tyle tworzenie sztuki, lecz zysk – biznesowym zadaniem przemysłu kulturowego jest produkcja tekstów, które przyciągną konsumentów i przez to zyskają wsparcie reklamodawców, co ostatecznie przełoży się na pieniądze”<sup>41</sup>. Ten aspekt amerykańskiej kultury popularnej podnosi jej atrakcyjność dzięki wykorzystaniu rozmaitych narzędzi z obszaru marketingu i promocji; reklamy, gadżety, uroczyste, szeroko nagłaśniane premiery rozbudzają u widzów potrzebę czy wręcz pożądanie zobaczenia filmu czy nabycia płyty. Fiske zauważa jednak, że mimo uprzemysłowionego sposobu produkcji i dystrybucji „Kultura popularna to nie konsumpcja, to przede wszystkim kultura: czynny proces generowania oraz obiegu znaczeń i przyjemności wewnątrz systemu społecznego. Jakkolwiek uprzemysłowiona byłaby kultura, nigdy nie będzie można jej stosownie opisać w kategoriach sprzedaży i kupna towarów”<sup>42</sup>.

Te dwie perspektywy postrzegania amerykańskiej popularnej kultury – jako towaru oraz jako obszaru nieustającej kumulacji różnych procesów, które toczą się symultanicznie: wytwarzania, negocjowania, recepcji znaczeń – określają również procesy obiegu i wpływów tej kultury. Dlatego odniesiemy się teraz do kluczowych konceptów, które pojawiają się, gdy mowa o fenomenie amerykańskiej kultury popularnej w kontekście globalnym.

---

<sup>41</sup> P. Siuda, *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Instytut Dziennikarstwa UW–Aspra-JR, Warszawa 2012, s. 29, *Media Początku XXI Wieku*, 16.

<sup>42</sup> J. Fiske, *op. cit.*, s. 23.



## 2. RÓŻNE OBLICZA AMERYKANIZACJI – OD IMPERIALIZMU KULTUROWEGO DO SAMOAMERYKANIZACJI<sup>43</sup>

Podstawowym terminem, który pojawia się, gdy mowa o globalnej obecności amerykańskich produktów kulturowych, jest amerykańizacja, która zazwyczaj jest zestawiana z innymi procesami równolegle zachodzącymi we współczesnych społeczeństwach, przeciwstawiana im, często także z nimi mylona. Procesami, z których choć każdy wydaje się nowy, bo wciąż doświadczany, to jednak mającymi za sobą już wiele form i faz: globalizacja, modernizacja, westernizacja czy też makdonaldyzacja, disneizacja są często postrzegane jako tożsame z amerykańizacją. Z tego powodu wyjaśnienie procesów amerykańizacyjnych będzie wymagało odniesienia się do nich, pokazania punktów stycznych, podobieństw i rozbieżności.

Amerykanizacja nie jest, wbrew powszechnym opiniom, terminem łatwym do zdefiniowania i opisanie. W powszechnym dyskursie jest pojęciem nadużywanym i wykorzystywanym do opisu właściwie każdej obecności kultury amerykańskiej poza obszarem Stanów Zjednoczonych. Obecność jednak nie jest tożsama z wpływem czy zmianą, a amerykańizacja oznacza zmiany, jakie zaczęły następować pod wpływem rosnącej roli Stanów Zjednoczonych na arenie międzynarodowej w polityce, ekonomii, a nade wszystko w szeroko pojętej kulturze innych krajów na całym świecie. Słowo „zmiana” jest tutaj kluczowe. Zmiana ta dotyczyć może absolutnie wszystkich dziedzin kultury, zarówno kultury materialnej, jak i duchowej, społecznej, politycznej czy religijnej.

Amerykanizacja w gruncie rzeczy odnosi się do relacji między narodami, wywołuje pytania o samookreślenie swojej narodowości. Jeśli przyjmujemy krytyczne rozumienie amerykańizacji, oznacza ono przecież, że dana kultura traci swoją tożsamość, podlega wpływom, a co gorsza, może nawet utracić kontrolę nad swoją własną kulturą. Mówiąc o amerykańizacji kultury danego kraju, mówimy o zmianie tożsamości kulturowej. Transfer tekstów kultury amerykańskiej nazwiemy amerykańizacją tylko wtedy, gdy pod ich wpływem dokona się zmiana jakościowa w kulturze in-

---

<sup>43</sup> Niektóre omawiane tutaj wątki dotyczące amerykańizacji i globalizacji pojawiły się już w moim artykule zatytułowanym *Przeklinana i pożądana – rzecz o amerykańizacji*, [w:] *Amerykomania*, tom 2. red. W. Bernacki, A. Walaszek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2012, s. 865-878.

nego kraju, co oznacza również zmiany preferencji, gustów, stylów życia czy wręcz systemów wartości u użytkowników tej kultury.

Wobec powyższego, jak łatwo przewidzieć, nie każde spotkanie z kulturą amerykańską, jak zresztą z każdą inną, skutkuje zmianami takich wartości czy stylu życia. Zapewne dużo częściej dochodzi do sytuacji, w której spotkanie międzykulturowe nie skutkuje żadnymi zmianami, poza odczuciem przyjemności czy rozczarowania. Niemniej jednak obecność kultury amerykańskiej budzi taką troskę i niepokój intelektualistów, publicystów, badaczy, że termin „amerykanizacja” stał się kluczowym, jeśli nie jedynym, gdy mowa o globalnej obecności amerykańskiej kultury.

Rob Kroes zwraca uwagę na różnicę między amerykanizacją a amerykańizmem. Według niego amerykańizm ma dwa znaczenia, pozytywne i negatywne, w pozytywnym oznacza wolność, równość i *American Dream*, w negatywnym jest utożsamiany z konsumpcją, kulturą masową i *American Way of Life*. „W negatywnym sensie termin ten przedstawia Amerykę jako antytezę europejskości, tego wszystkiego, co europejscy intelektualiści wyobrażali sobie jako swoje kulturowe dziedzictwo”<sup>44</sup>. Amerykanizacja za to ma zawsze jedno oblicze i zawsze brzmi „nadmiernie alarmująco”, ponieważ „ogranicza złożone procesy wpływów kulturowych, zapożyczeń, naśladowanie odbioru do sztywnych zasad gry zero-jedynkowej. Jakikolwiek stopień amerykanizacji oznacza taki sam stopień deeuropelizacji”<sup>45</sup>.

Warto w tym miejscu przypomnieć, że termin „amerykanizacja” odnosił się także do ruchu społecznego, który pojawił się w samych Stanach Zjednoczonych na początku XX wieku, a wynikał z niepokojów Amerykanów spowodowanych bardzo liczną imigracją. Milionowe masy migrantów niemówiących po angielsku, niosących różny i bardzo różnorodny bagaż kulturowy i religijny, a co gorsza, najczęściej bardzo niskie lub żadne wykształcenie skłoniły organizacje społeczne, takie jak YMCA, szkoły, biblioteki, a także amerykański biznes i organizacje rządowe do przymusowego poddawania przybyszów edukacji językowej i kulturowej. Celem tych zabiegów była naturalizacja imigrantów i uczynienie z nich prawdziwych Amerykanów. Działania te zatem wiązały się z konkretną

---

<sup>44</sup> R. Kroes, *If You've Seen One, You've Seen the Mall. Europeans and American Mass Culture*, University of Illinois Press, Urbana 1996, s. X.

<sup>45</sup> *Ibidem*, s. XI.

zmianą, imigranta w prawdziwego Amerykanina – świadomego obywatela i pełnoprawnego uczestnika życia społecznego i kulturalnego.

Początkowo programy szkolne nastawione były na korektę najbardziej oczywistych niedociągnięć. Trzonem programu nauczania był język angielski, historia Ameryki i struktura rządowa Stanów Zjednoczonych, których zrozumienie było konieczne do naturalizacji. Aktywiści, którzy byli zainteresowani nauczaniem innych przedmiotów, zaczęli wykorzystywać popularność tego ruchu. Wkrótce oferta obejmowała takie kursy, jak modniarstwo, gotowanie, udogodnienia socjalne czy opieka nad dziećmi, a wszystko przedstawione było oczywiście jako istotne elementy amerykańskiej kultury<sup>46</sup>.

Nauczanie obcokrajowców języka angielskiego oraz historii i kultury Stanów Zjednoczonych dla wielu wolontariuszy i działaczy stało się czynem patriotycznym, szczególnie po przystąpieniu Stanów do I wojny światowej.

Po zakończeniu wojny zainteresowanie programem stopniowo słabło. Dodatkowo zaczęto zastanawiać się nad jego sensownością i celowością. Cała koncepcja tygla kulturowego (ang. *melting pot*)<sup>47</sup>, w którą wpisywał się ruch amerykańskiej, wydała się pozbawiona sensu. Idea budowania narodu amerykańskiego od początków jego istnienia była oparta na różnorodności i tolerancji dla inności. Budowanie zuniformizowanego społeczeństwa było jej zaprzeczeniem. Programową, sterowaną odgórnie amerykańską, będącą niewątpliwie formą indoktrynacji, zarzucono, pozwalając na to, by w miarę upływu lat emigranci stopniowo się asymilowali, budując swoją amerykańską tożsamość, lecz przy zachowaniu kulturowej odmienności.

<sup>46</sup> *Americanization*, [w:] *Encyclopaedia Britannica*, [online] <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/20361/Americanization>, dostęp: 23 X 2014.

<sup>47</sup> Metafora opisująca procesy asymilacyjne imigrantów w Stanach Zjednoczonych, w wyniku których przybysze z różnych krajów, z różnym bagażem kulturowym i religijnym mieszają się niczym składniki potrawy w garnku, stając się nowymi jakościami i podobnymi do siebie pod względem kulturowym przedstawicielami jednorodnego kulturowo społeczeństwa. Choć samo pojęcie pojawia się w wieku XVII, do powszechnego użycia jako metafora opisująca fuzję różnych kultur, grup etnicznych i narodowościowych weszło w roku 1908 dzięki sztuce Israela Zangwilla *The Melting Pot*, przedstawiającej utopijną i nieco naiwną wizję społeczeństwa będącego całkowitą mieszanką kultur. Zauważono jednak, że ludzie dość niechętnie porzucają swoje obyczaje i tradycje, dlatego też zaproponowano inne metafory, bardziej adekwatnie przedstawiające wielokulturowy charakter amerykańskiego społeczeń-

Ta amerykanizacja, choć zupełnie nieodnosząca się do obecności czy wpływu kultury amerykańskiej na kultury innych krajów, pozwala jednak na znalezienie pewnych odniesień do tych procesów. Po pierwsze bowiem, żeby zmienić różnorodnych rasowo, etnicznie, narodowościowo i kulturowo obywateli w podobnych sobie, należało stworzyć pewien zuniformizowany system znaków, obrazów, treści i wartości, które można by im zaaplikować w drodze rozmaitych praktyk amerykanizujących. Działalność społecznych aktywistów na początku XX wieku okazała się mało skuteczna, była zbyt intensywna i z całą pewnością nieprzekonująca dla większości poddanych jej zabiegom. Nieco wcześniej natomiast powstał, a na początku XX wieku bardzo dynamicznie zaczął się rozwijać system dość jednoznacznych znaków, symboli, powtarzających się narracji, promujących w miarę spójny system wartości. System ten to właśnie amerykańska kultura popularna, która stała się „opaską scalającą” heterogeniczne społeczeństwo amerykańskie.

Tworzenie się kultury popularnej charakteryzują dwa równoległe procesy. Pierwszy to dynamiczne i nieustające zawłaszczanie, mieszanie i łączenie szeroko rozumianych elementów innych kultur – rodzimych kultur imigrantów, rozmaitych stylów estetycznych i środków ekspresji. Drugi proces to ciągle dążenie do uproszczenia, redukcji, często trywializacji anektowanych tekstów kultury, ich treści, obrazów i sensów, co służyło budowaniu przystępności tej kultury dla jej heterogenicznych odbiorców. Dlatego znów przypomnijmy Winfrieda Flucka, który w różnorodności amerykańskiego społeczeństwa doszukiwał się przyczyn wielkiego, światowego sukcesu amerykańskiej kultury popularnej. Zauważa on, że amerykanizacja miała długą tradycję krajową, zanim stała się zjawiskiem międzynarodowym. Podobnie przecież jak obecnie na poziomie ponadnarodowym, kiedyś musiała dotrzeć do bardzo różnorodnych odbiorców w USA. „Innymi słowy, zanim nastąpiła amerykanizacja innych społeczeństw, amerykańska kultura sama musiała się zamerykanizować”<sup>48</sup>.

Drugi element, który łączy amerykanizację imigrantów w ramach społecznego programu ich naturalizacji z amerykanizacją działającą na

---

stwa i zachodzące w nim procesy asymilacyjne: miska sałaty (ang. *salad bowl*), mozaika kultur czy kalejdoskop kultur.

<sup>48</sup> W. Fluck, *California Blue...*, s. 225.

skalę globalną, to jedna z interpretacji tego ogólnoświatowego procesu. Tak bowiem jak w tych podejmowanych na początku XX wieku próbach budowania amerykańskiego charakteru w imigrantach z różnych stron świata występują elementy indoktrynacji, tak też zakłada się indoktrynację w jednej z interpretacji tego procesu, a mianowicie traktowania amerykańskiej jako formy kulturowego imperializmu. W najprostszej ujęciu imperializm kulturowy jest propagowaniem czy wręcz narzucaniem kultury, języka, religii jednego narodu drugiemu. Jak pokazuje historia, imperializm kulturowy był konsekwencją przewagi ekonomicznej, politycznej, a często i militarnej narodu kulturowego „agresora”. Wystarczy przywołać imperium greckie, kolonizowanie przez Europejczyków obu Ameryk, Afryki czy Azji czy wreszcie imperium rosyjskie w XIX wieku. Imperializm kulturowy jest więc utożsamiany z pewnego rodzaju przymusem, akulturacją na siłę<sup>49</sup>. W takim rozumieniu amerykańizacja jest bardzo bliska neomarksistowskiej koncepcji imperializmu ekonomicznego i hegemonii kulturowej, według której agresywny eksport amerykańskich tekstów medialnych i innych towarów jest równoznaczny z kryptoimperialistycznym atakiem na narodową suwerenność<sup>50</sup>. Głównym obszarem działania imperializmu kulturowego jest rynek, „przez który w drodze wymiany handlowej implementuje się wartości innych kultur, ideologie oraz wzory stylów życia”<sup>51</sup>.

Z neomarksistowskimi poglądami łączy również imperializm kulturowy spojrzenie na pasywność odbiorców kultury. Przedstawiciele szkoły frankfurckiej, opierając się głównie na badaniach nad amerykańską kulturą popularną, twierdzili, że nawet jeśli przyswajanie kultury, a właści-

<sup>49</sup> Choć z drugiej strony historia pokazuje, że wielu uczestników kultur zdominowanych bez oporu, całkowicie dobrowolnie i nie bez przyjemności przyjmowało kulturę obcą, uznając jej elementy (język, obyczaje, sztukę) za atrakcyjniejsze od kultury własnej. Działo się tak dlatego, że w kulturze obowiązują zasady podobne do tych, które regulują biznes. Tak jak są produkty i usługi atrakcyjne i mniej pociągające. Te atrakcyjne szybko się „sprzedają” i poszerzają sieć odbiorców, te mniej atrakcyjne zanikają. Kod kultury amerykańskiej jest niewątpliwie uznawany za niezwykle atrakcyjny dla wielu ludzi na całym świecie, przez co jej przyswajanie ma charakter masowy.

<sup>50</sup> G. Ritzer, T. Stillman, *Assessing McDonaldisation, Americanization and Globalization*, [w:] *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*, eds. U. Beck, N. Sznaider, R. Winter, Liverpool University Press, Liverpool 2003, s. 31, *Studies in Social and Political Thought*.

<sup>51</sup> R. Zenderowski, K. Cebul, M. Krycki, *Międzynarodowe stosunki kulturalne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2010, s. 366.

wie produktów „przemysłu kulturowego” (*culture industry*)<sup>52</sup>, nie odbywa się pod przymusem, to jest ono bezrefleksyjne, odbiorcy są poddawani manipulacji, przez co tracą swoją kulturową tożsamość, ale również autonomię. Według Theodora Adorno masy konsumujące produkty przemysłu kulturowego są zupełnie bezbronne, ponieważ produkty te budują w odbiorcach postawę konformizmu wobec autorytetu systemu kapitalistycznego. Działanie przemysłu kulturowego polega bowiem na „eksploatacji bezsilnych i pozbawionych własnego »ja« członków współczesnego społeczeństwa, których świadomość ulega ciągłemu regresowi. Nie przypadkiem pełni cynizmu amerykańscy producenci filmowi twierdzą, że przy produkcji filmów muszą zakładać, iż są one przeznaczone dla jedenastoletków. W ten sposób zamieniają dorosłych w dzieci”<sup>53</sup>.

W tym kontekście amerykańizacja, pojmowana jako forma imperiaлизmu kulturowego, jawi się jako proces, w którym amerykański przemysł kulturowy zalewa świat swoimi produktami, zaś odbiorcy są manipulowani i zniewalani, nakłaniani do obcowania z tym, co przyjemne i łatwe, co nie wymaga zaangażowania intelektualnego ani specjalnie dużej kompetencji kulturowej, a co przynosi ogromne zyski amerykańskim korporacjom. Choć współcześni badacze amerykańizacji uważają już takie spojrzenie za wychodzące z fałszywych założeń i w obliczu obecnie postępujących intensywnych zmian globalizacyjnych za wyczerpane, to w publicystycznym dyskursie wydaje się to nadal interpretacja obowiązująca, a nawet dominująca. Wspierają ją intelektualści o mocno lewicujących poglądach, jak Noam Chomsky czy Naomi Klein.

Jej polemiczna siła wyrasta właśnie z przekonania, że pod wpływem kultury amerykańskiej tracimy kontrolę nad naszą własną, że tracimy tożsamość, tracimy coś cennego i głębokiego, osadzonego w tradycji i kulturze, na rzecz treści powierzchownych i banalnych. Dodatkowo postrzeganie procesów amerykańizacyjnych jako esencji kulturowego imperializmu jest podyktowane przekonaniem, że to nie jakiś szczególny charakter amerykańskiej kultury czy jej atrakcyjność przyciągają odbiorców, lecz

---

<sup>52</sup> Na temat koncepcji „przemysłu kulturowego” zob. np.: T. Adorno, *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*, ed. J.M. Bernstein, Routledge, London 1991; idem, *Sztuka i sztuki. Wybór esejów*, tłum. K. Krzemień-Ojak, oprac. K. Sauerland, PIW, Warszawa 1990.

<sup>53</sup> Idem, *The Culture Industry...*, s. 91.

ekspansywna obecność amerykańskiego biznesu wypiera z rynku bardziej ambitną, rodzimą konkurencję. W tym kontekście amerykańizacja polegałaby na kolonizowaniu wolnego czasu ludzi na całym świecie przez utowarowione teksty kultury amerykańskiej. Co więcej, Rob Kroes twierdzi, że amerykański imperializm kulturowy jest jedną z trzech form imperializmu, które funkcjonują obok siebie, wzajemnie się uzupełniając. Dzięki mocnej pozycji zwycięzcy i lidera sił alianckich Amerykanie po II wojnie światowej wprowadzili na rynek europejski wiele produktów i otworzyli przedstawicielstwa swoich firm. W ten sposób imperializm polityczny wspomógł ten ekonomiczny, który z kolei niejako automatycznie umocnił jeszcze wciąż silną pozycję polityczną Amerykanów. Wśród towarów eksportowanych do Europy znalazło się wiele produktów kultury popularnej. Hollywoodzkie filmy czy jazz, cieszące się wielkim zainteresowaniem Europejczyków, ustawiły Stany Zjednoczone na pozycji hegemonu kulturowego, co z kolei, twierdzi Kroes, wzmocniło ich pozycję polityczną<sup>54</sup>.

Richard Pells w swojej klasycznej już publikacji *Not Like Us. How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II* zauważa:

Przez niemal cztery wieki mieszkańcy Ameryki zakładali, że byli narodem wybranym, modelowym społeczeństwem, że każdy chciał albo przyjechać do tego nowego Edenu, albo skonstruować jego replikę na swoich ziemiach. Ponieważ większość cudzoziemców nie mogła przybyć do Ameryki, mogli przynajmniej brać z niej przykład z daleka, a Amerykanie wspomagali ich w tych poszukiwaniach. Przez cały wiek XX, na długo przed konfrontacją tytanów Waszyngtonu i Moskwy, zarządy amerykańskich korporacji i agencji reklamowych oraz szefowie wytwórni hollywoodzkich sprzedawali całemu światu nie tylko swoje produkty, ale również amerykańską kulturę, amerykańskie wartości oraz tajemnice swojego sukcesu<sup>55</sup>.

To działanie amerykańskiego przemysłu kulturowego ma według krytyków skutkować coraz intensywniejszą homogenizacją kultur oraz

<sup>54</sup> R. Kroes, *Empire and Cultural Imperialism: A View from the Receiving End*, „Diplomatic History” 1999, vol. 23, no. 3, s. 465, [online] <http://dx.doi.org/10.1111/0145-2096.00177>.

<sup>55</sup> R. Pells, *Not Like Us. How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II*, Basic Books, New York 1997, s. XIII.

ich współzależnością. Bliskie związki z kulturą amerykańską kultur rodzimych, głównie państw zachodnioeuropejskich, skutkują oskarżeniami wobec procesów amerykanizacyjnych o niszczenie kulturowej różnorodności czy wręcz budowanie politycznego i ekonomicznego uzależnienia.

Wpływy Stanów Zjednoczonych na świecie nie tylko w ich ekonomicznym wymiarze często interpretowane są również jako konsekwencja ideologicznej i kulturowej przewagi i atrakcyjności tego kraju. W swoich bardzo wpływowych tekstach Joseph Nye twierdził nawet, że to nie siła militarna czy dyplomacja buduje światową potęgę Ameryki, lecz *soft power*, przez co rozumie on właśnie kulturową i ideologiczną atrakcyjność, która okazała się kluczowa w budowaniu potęgi Ameryki w czasach zimnej wojny i tuż po jej zakończeniu. Amerykańska kultura popularna jest ważną częścią tej łagodnej dominacji.

Wszystkie te podejścia do amerykańskiej kultury zdają się postrzegać ją jako narzędzie ideologii i nawet jeśli dostrzegana jest jej atrakcyjność, to jednak jej odbiorcy traktowani są jako nieautonomiczne jednostki niezdolne do samodzielnego myślenia, dokonywania wyborów, łatwo ulegające wpływom i manipulacjom, a same teksty amerykańskiej kultury popularnej jawią się jako szkodliwe lub uwsteczniające. Do takich wniosków dochodzą badacze i krytycy, którym bliska jest tradycja szkoły frankfurckiej bądź elitystyczne traktowanie kultury, patrzący na wpływy kultury amerykańskiej z góry, z pozycji krytycznych ekspertów, którzy z niesmakiem przyglądają się temu, jak według nich bezbronni odbiorcy są manipulowani przez niewyszukane formy tej kultury.

Inaczej jednak wygląda relacja odbiorca–tekst, gdy popatrzymy z dołu, z perspektywy jego użytkownika. Winfried Fluck w tekście poświęconym amerykanizacji Niemiec przypomina, jakim rozczarowaniem były wyniki badań zlecone przez Niemiecką Wspólnotę Badawczą (Deutsche Forschungsgemeinschaft) dotyczące szkodliwego wpływu serialu *Dallas* na niemieckich odbiorców. Badania te, zlecone w latach 80., „miały przekonać społeczeństwo niemieckie, że zagrożenie było realne, a niebezpieczeństwo amerykanizacji społeczeństwa niemieckiego nieuchronne”<sup>56</sup>. Wyniki badań przeprowadzonych przez Ellen Seiter, Hansa Borchersa,

---

<sup>56</sup> W. Fluck, *The Americanization of German Culture?...*, s. 19.



Gabriele Kreutzner oraz Eve-Marię Warth<sup>57</sup> potwierdziły wcześniejsze odkrycia Ien Ang<sup>58</sup> czy Elihu Katza i Tamar Liebes<sup>59</sup> i wykazały, że

koncepcja imperializmu kulturowego jest oparta na naiwnych założeniach teorii wpływu (*Effects Theory*), która zupełnie nie bierze pod uwagę, że różni widzowie mogą w różny sposób wykorzystać ten sam program. Wyniki badań nad wpływem *Dallas* i innych programów telewizyjnych potwierdziły podstawową wiedzę na temat estetyki recepcji: w celu nadania sensu fikcyjnemu tekstowi czytelnik lub widz musi opierać się na zasadzie analogii na swoich własnych skojarzeniach, emocjach i doznaniach sensorycznych, w ten sposób tworząc w tym procesie nowy obiekt<sup>60</sup>.

Taki odbiór sugeruje również, że te same teksty kultury, które dla jednych mają wyłącznie funkcję rozrywkową, dla innych mogą spełnić zupełnie inne funkcje emocjonalne czy intelektualne. W czasach Polski Ludowej amerykańskie produkty konsumpcyjne lub kulturowe – dżinsy, coca-cola czy filmy i piosenki – oprócz normalnie przypisanych im funkcji były dla Polaków nośnikami dodatkowych znaczeń: wolności, niezależności, lepszego życia. Kaspar Maase w tekście *BRAVO Amerika* z kolei pokazuje, jak amerykańska kultura popularna przyczyniła się do budowania wśród młodzieży w powojennych Niemczech postaw bardziej wyzwolonych, odrzucających autorytarny model kultury charakterystyczny dla niemieckiego społeczeństwa przed wojną<sup>61</sup>.

Z tych właśnie obserwacji i osobistych doświadczeń wyrosła koncepcja „samoamerykanizacji” (*self-americanization*), będąca skrajnie indywidualnym ujęciem wpływów kultury amerykańskiej na jednostkę. Fluck, wychodząc z założeń koncepcji konstruktywistycznej, postrzega kulturę

<sup>57</sup> *Remote Control. Television, Audiences, and Cultural Power*, eds. E. Seiter et al., Routledge, London 1989; H. Borchers, G. Kreutzner, E.-M. Warth, *Never-Ending Stories. American Soap Operas and the Cultural Production of Meaning*, WVT, Trier 1994.

<sup>58</sup> I. Ang, *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, London 1985.

<sup>59</sup> E. Katz, T. Liebes, *Mutual Aid in the Decoding of Dallas: Preliminary Notes from a Cross-Cultural Study*, [w:] *Television in Transition. Papers from the First International Television Studies Conference*, eds. P. Drummond, R. Paterson, British Film Institute, London 1985, s. 187-198.

<sup>60</sup> W. Fluck, *The Americanization of German Culture?...*, s. 20.

<sup>61</sup> K. Maase, *BRAVO Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren*, Junius, Hamburg 1992, *Schriftenreihe des Hamburger Instituts für Sozialforschung*.

jako „skrzynkę z narzędziami” (*toolbox*)<sup>62</sup>, repertuar symboli, narracji, ikon, zachowań *etc.*, z którego użytkownicy wybierają w zależności od potrzeb i upodobań rozmaite elementy do budowania swoich doznań i aktywności. Fluck zauważa, że użycia amerykańskiej kultury popularnej przez jej odbiorców są nieprzewidywalne, ponieważ użytkownicy ci często łączą banalne obiekty pochodzące z zupełnie odmiennych historycznych i osobistych doświadczeń kulturowych ze swoimi utopijnymi tęsknotami.

Dlatego też kultura amerykańska może reprezentować dla poszczególnych odbiorców coś, co przekracza poziom oczywistego czy jawnego znaczenia i co będzie zupełnie niezrozumiałe dla innych. Dzieje się tak dlatego, że teksty kultury popularnej odbieramy często nie poprzez identyfikację z nimi, lecz w kategoriach zwykłego doświadczenia estetycznego, w którym kolor, dźwięk, wizerunek lub jakiś inny element przez jednych niedostrzegany, u innych wywoła cały łańcuch skojarzeń zupełnie wyjątkowych i niepowtarzalnych. Dlatego też Fluck proponuje interpretowanie procesów amerykanizacyjnych w kategoriach „ich selektywnego przywłaszczania”, w którym ważne są również różne okoliczności i konteksty recepcji tych tekstów. Postrzega on amerykańską kulturę popularną za ważny czynnik, który pozwala jednostce na budowanie swojej odrębności i bardzo indywidualnego charakteru. „W przeciwieństwie do obiegu wiedzy – pisze Fluck – na temat zestandardyzowanej produkcji masowej powodującej wzrost postaw konformizmu, amerykańska kultura popularna jest napędzana przez obietnicę zapewnienia odbiorcom coraz większej ilości sposobów na wyobrażone samoupodmiotowienie/samowyzwolenie (*imaginary self-empowerment*) oraz samokształtowanie (*self-fashioning*)”<sup>63</sup>. Kultura popularna, służąca budowaniu odrębności i indywidualizmu odbiorców, „pozwala im szukać tych doświadczeń, które wspierają i potwierdzają poczucie sensu siebie jako »uособionego ja«. W poszukiwaniach tych amerykanizacja zamienia się w samoamerykanizację”<sup>64</sup>. Według

<sup>62</sup> Fluck powołuje się na tekst szwedzkiego antropologa Ulfa Hannerza *Networks of Americanization*, w którym ten stosuje metaforę „kultury jako skrzynki z narzędziami” do rozważań nad amerykanizacją. Zob.: U. Hannerz, *Networks of Americanization*, [w:] *Networks of Americanization. Aspects of the American Influence in Sweden*, eds. R. Lundén, E. Åsard, Academiae Ubsaliensis, Uppsala 1992, *Acta Universitatis Upsaliensis. Studia Anglistica Upsaliensia*, 79. Metaforę tę wprowadziła w 1986 roku Ann Swidler. Zob.: A. Swidler, *Culture in Action: Symbols and Strategies*, „*American Sociological Review*” 1986, vol. 51, no. 2, s. 273-286.

<sup>63</sup> W. Fluck, *California Blue...*, s. 226.

<sup>64</sup> *Ibidem*, s. 230.

Flucka nie jesteśmy amerykanizowani, lecz amerykanizujemy się sami, a wszystko to dzięki specyficznemu charakterowi amerykańskiej kultury popularnej, otwartej na wiele odczytań, wielofunkcyjnej, bo nienarzucającej jednoznacznych sensów. Każdy jednak proces samoamerykanizacji, czyli w rozumieniu Flucka spotkanie z kulturą amerykańską, w którego wyniku percypujemy i doświadczamy tej kultury w bardzo wyjątkowy, niepowtarzalny, emocjonalny sposób, pokazuje jej indywidualne, a nie globalne działanie.

We współczesnej myśl kulturoznawczej znacznie częstsze są stanowiska, które każą interpretować procesy amerykanizacyjne jako zjawisko dalekie od założeń imperializmu kulturowego. Stanowisko to nie krytykuje i nie wartościuje amerykanizacji, kładąc nacisk przede wszystkim na aspekty poznawcze: semiotyka, strukturalizm czy też analizy brytyjskiej szkoły studiów kulturowych nie interesują się twórcami i nadawcami tych tekstów, „wielkimi manipulatorami”, którzy w celach ideologicznych i ekonomicznych piorą mózgi całemu światu, lecz skupiają się właśnie na tym, jak odbiorcy tekstów amerykańskiej kultury popularnej zawłaszczają je, interpretują i reinterpreterują w zależności od swoich potrzeb, możliwości, kompetencji kulturowych. Odbiorcy ci usytuowani są lokalnie w różnych miejscach świata, różnych kulturach i rozmaitych okolicznościach polityczno-ekonomicznych. W związku z tym trudno sobie wyobrazić, aby te same teksty kultury amerykańskiej były tak samo odbierane, interpretowane i używane przez wszystkich ludzi na świecie. Jak zauważa John Tomlinson: „odbiorcy tekstów kulturowych są aktywniejsi i bardziej krytyczni, a ich reakcje bardziej złożone i refleksyjne, zaś ich wartości kulturowe są bardziej odporne na manipulacje i inwazje, niż zakładali to bardzo krytycznie nastawieni teoretycy mediów”<sup>65</sup>. Stąd też przy omawianiu amerykanizacji przywoływane są bardziej złożone modele interakcji międzykulturowych, jak zawłaszczanie, negocjowanie, hybrydyzacja kultur czy kreolizacja.

Wszystkie te zjawiska zakładają interakcje między nadawcami i odbiorcami i wszystkie wychodzą z teorii transkulturowości, która uznaje, że współcześnie kultury nie mają odrębnej i jednorodnej formy. Dzięki

<sup>65</sup> J. Tomlinson, *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*, Johns Hopkins University Press, Baltimore 1991, s. 50, *Parallax*.

środkom komunikacji masowej oraz szybkiemu transportowi ludzie nie funkcjonują w oddzielnych, homogenicznych kulturach, lecz w osobliwych sieciach połączeń kulturowych, w których różne kultury mieszają się i przenikają. W obliczu dynamicznego rozwoju nowych środków komunikacji, wzmożonych ruchów migracyjnych, rozprzestrzeniania się globalnych biznesów życie jednostek nie kończy się na funkcjonowaniu w obrębie kultur narodowych. Coraz trudniej dziś zdecydować, co przynależy do kultury narodowej, a co zostało do niej zaanektowane z innych kultur. Kryterium przynależności kulturowej wydaje się mieć charakter wyłącznie deklaracyjny. Również na poziomie funkcjonowania jednostki rozliczne kulturowe powiązania wpływają na jej kulturową tożsamość. „Jesteśmy kulturowymi hybrydami”<sup>66</sup> – mówi Welsch, choć zaznacza wyraźnie, że nie należy mylić tożsamości kulturowej z tożsamością narodową.

Teoria transkulturowości jest istotna przy współczesnym pojmowaniu i interpretowaniu globalnych wpływów kultury amerykańskiej. Wydaje się bowiem, że właśnie sieci, jakie zbudowała kultura amerykańska, są najsilniejsze i najbardziej dynamiczne, choć w obliczu założeń transkulturowości niebezpieczne jest pytanie o istotę amerykańskości: co to znaczy, że coś jest amerykańskie? Czy ma być wyprodukowane przez amerykański podmiot? Czy ma zawierać treści odnoszące się bezpośrednio do Stanów Zjednoczonych i kultury tego kraju? Obecnie wiele produktów powszechnie uchodzących za amerykańskie z Ameryką nie ma nic wspólnego. Zostały wymyślane i wyprodukowane w Danii, Holandii czy Niemczech, a mimo to dla wielu odbiorców są produktami amerykańskimi. Jaap Kooijman przywołuje przykład słynnych *reality shows* *Big Brother* i *Expedition Robinson*, które odniosły międzynarodowy sukces, a pochodziły odpowiednio z Holandii i ze Szwecji. Choć jak zauważa Kooijman: „nigdzie na świecie żaden z tych programów nie był uważany za szwedzki czy holenderski (...), lecz wszędzie postrzegano je jako amerykańskie”<sup>67</sup>.

W dzisiejszym silnie zmediatyzowanym świecie, w którym obrazy, znaczenia, produkty krążą w niekontrolowany sposób, są przejmowane i modyfikowane, często traktowane wyłącznie jako inspiracja, istota ame-

---

<sup>66</sup> W. Welsch, *Transculturality – the Puzzling Form of Cultures Today*, [w:] *Spaces of Culture: City, Nation, World*, eds. M. Featherstone, S. Lash, Sage, London 1999, s. 198, *Theory, Culture & Society*.

<sup>67</sup> J. Kooijman, *op. cit.*, s. 13.

rykańskości nie jest już tak oczywista. Nie zawsze jednak tak było. Sama amerykańizacja ma długą tradycję i różne fazy za sobą.

## 2.1. POCZĄTKI ZJAWISKA AMERYKANIZACJI

Amerykanizacja, choć najczęściej odnosi się do wpływów kultury Stanów Zjednoczonych po II wojnie światowej, jest terminem i zjawiskiem znacznie starszym. Gdy w 1901 roku brytyjski dziennikarz śledczy William T. Stead wydał książkę *The Americanization of the World, or, the Trend of the Twentieth Century*<sup>68</sup>, była ona odbierana jako profetyczna wizja na nadchodzące stulecie, które według Steada miało należeć do Ameryki: amerykańskiej dyplomacji, ekonomii, a nade wszystko do amerykańskiej kultury. Jako Brytyjczyk i patriota przedstawił Stead naiwną, wydawać by się mogło, wizję świata, któremu kulturowo, gospodarczo i politycznie przewodzić będzie Unia Rasy Anglosaskiej (Union of Anglo-Saxon Race) z energicznymi i nowoczesnymi Amerykanami na czele, którzy nie tylko narzucą tempo rozwoju światu, ale też staną się gwarantem globalnego pokoju. Proroctwo Steada nie wzięło się z religijnego natchnienia ani z praktyk spirytualistycznych, z których również był sławny, lecz oparte było na bardzo dokładnej i w pełni racjonalnej analizie zjawisk i wydarzeń na świecie w czasach, w których przyszło Steadowi żyć.

Stead w swojej obszernej publikacji wymienia kilka nośników amerykańizacji, które bardzo aktywnie popularyzowały Amerykę. Zaczyna od religii, szczególnie podkreślając fakt oddzielenia państwa od Kościoła jako nowego modelu na nadchodzące stulecie. Duży potencjał amerykańizacyjny widział w amerykańskiej literaturze, która według niego reprezentowała nową literacką jakość, nowe wizje i nowe style pisarskie. Równie ważną rolę według Steada miała odegrać prasa, szczególnie tzw. nowe dziennikarstwo, którego królem był podziwiany przez Steada William Randolph Hearst. Miał on swoim dziennikarstwem „zmienić świat, a nie tylko go opisywać”<sup>69</sup>. Jak powszechnie wiadomo, dziennikarstwo uprawiane przez Hearsta było bardzo nierzetelne i manipulatywne, choć zachwycać mogła

<sup>68</sup> W.T. Stead, *The Americanization of the World, or, the Trend of the Twentieth Century*, H. Markley, New York 1902, *Library of American Civilization*, LAC 12918 (wyd. 1 – London 1901).

<sup>69</sup> *Ibidem*, s. 290.

jego dynamika i zaangażowanie. Istotny potencjał popularyzujący Amerykę dostrzegał Stead w języku. Zauważał, jak pod wpływem amerykańskiej wersji języka zmianie ulegał Queen's English, i wieszczył, że dzięki uproszczeniu form amerykański angielski stanie się językiem uniwersalnym. Amerykanizacyjny potencjał widział Stead również w amerykańskiej nauce, która była znakomicie dofinansowana, a przez to przyciągała wybitne umysły z całego świata. Za godne propagowania uznał także otwarcie nauki dla kobiet, podczas gdy, jak twierdził, w Wielkiej Brytanii jest to wciąż wyłączna domena mężczyzn. O kobietach Stead myślał w bardzo postępowych kategoriach. Widział je jako równe mężczyźnie w dziedzinach, które były zarezerwowane wyłącznie dla mężczyzn. Zresztą kobiety były „wehikułami” amerykanizacji także w innym obszarze – bardzo popularnych na przełomach wieków małżeństw amerykańskich dziedziczek fortun z brytyjskimi, zubożałymi arystokratami. Amerykański kapitał finansowy ratował w ten sposób przed upadkiem brytyjski kapitał kulturowy<sup>70</sup>.

Na początku XX wieku amerykanizacja była już bezspornie zjawiskiem opisywanym, powszechnie dyskutowanym i budzącym nie mniej kontrowersji niż obecnie. Jak przekonują autorzy książki *Buffalo Bill in Bologna. The Americanization of the World, 1869-1922*, obecność amerykańskiej kultury w Europie zaczęła się na długo przed wojną secesyjną. Amerykańskie produkty pojawiły się w Europie w roku 1851, kiedy to Amerykanie zaprezentowali je podczas londyńskiej Crystal Palace Exhibition, będącej wydarzeniem przypominającym dzisiejsze targi, na których wystawcy-produccenci prezentowali swoje wyroby. To na tej wystawie Amerykanie zaprezentowali rewolwery Samuela Colta oraz żniwiarki Cyrusa McCormicka<sup>71</sup>, i to wtedy właśnie Europejczycy zaczęli kojarzyć Amerykę z mechanizacją, modernizacją życia i nowoczesnością, a amerykanizacja była dyskutowana w kontekście zmian, jakie dokonywały się na świecie, pod wpływem szerzenia się nowoczesnych amerykańskich wynalazków i technologii.

Organizowanie wystaw podobnych do tej londyńskiej stało się wkrótce bardzo popularne. Na krótko przerwała je wojna secesyjna, lecz wkrót-

---

<sup>70</sup> *Ibidem*, s. 328.

<sup>71</sup> R.W. Rydell, R. Kroes, *Buffalo Bill in Bologna. The Americanization of the World, 1869-1922*, University of Chicago Press, Chicago 2005, s. 98.

ce po jej zakończeniu powrócono do organizacji tego rodzaju imprez ze zdwojoną siłą. Punkt kulminacyjny działalności wystawiennicza Amerykanów osiągnęła w roku 1900 podczas paryskiej Exposition Universelle, na której zaprezentowali oni „ekspozycje poświęcone górnictwu i metalurgii, szkolnictwu i naukom humanistycznym, budownictwu lądowemu i transportowi, przemysłowi chemicznemu oraz włókienniczemu. Wystawy przedstawiały między innymi replikę amerykańskiego bloku operacyjnego do przeprowadzania zabiegów chirurgicznych, mierzący 10 stóp wysokości model nowoczesnego amerykańskiego biurowca oraz liczne modele przeznaczone do poprawy systemu transportu rzeczno”<sup>72</sup>. Konsekwencją takich wystaw było zawieranie kontraktów na sprzedaż amerykańskich dóbr, co w rezultacie przyczyniało się do bardzo intensywnej obecności amerykańskich produktów w Europie.

Europejska prasa była już wtedy pełna reklam amerykańskich produktów konsumpcyjnych, a Europejczycy ochoczo te produkty nabywali. Oto we wspomnianej już książce *Americanization of the World* William T. Stead dla poparcia własnych obserwacji dotyczących amerykanizacji życia Brytyjczyków cytuje fragment z wydanej w 1901 roku książki innego brytyjskiego dziennikarza, Freda McKenzie, *The American Invaders. Their Plans, Tactics and Progress* (1901), będącej zbiorem artykułów, które wcześniej ukazywały się na łamach „The Daily Mail”. Zarówno tytuł książki i określenie Amerykanów mianem „najeźdźców”, jak i sam przytoczony niżej fragment dają pewne wyobrażenie o intensywności obecności amerykańskich produktów konsumpcyjnych w życiu Brytyjczyków oraz ich stosunkowi do tego zjawiska.

W życiu domowym zaś mamy tak: przeciętny Brytyjczyk wstaje rano z łóżka zasłanego prześcieradłami z Nowej Anglii, goli się, używając mydła „Williams” oraz jankeskiej golarki, na swoje skarpetki z Nowej Karoliny zakłada bostońskie buty, zapina szelki wyprodukowane w Connecticut, wkłada do kieszonki swój zegarek Walthama lub Waterbury’ego i zasiada do śniadania. Przy stole chwali żonę za to, jak pięknie gorset z Illinois podnosi jej bluzkę z Massachusetts, i zabiera się za śniadanie, na które je chleb zrobiony z mąki pochodzącej z amerykańskich prerii (...), konserwowe ostrygi z Baltimore oraz bekon z Kansas (...). Dzieci dostają owsiankę „Quaker”. W tym samym

<sup>72</sup> *Ibidem*, s. 101.

czasie czyta gazetę poranną wydrukowaną amerykańską farbą drukarską i zredagowaną zapewne przez bystrego dziennikarza z Nowego Jorku. Wychodzi w pośpiechu, łapie elektryczny tramwaj (Nowy Jork) do Shepherd's Bush, gdzie wchodzi na elektryczne ruchome schody, podjeżdża nimi do amerykańskiej, elektrycznej kolejki, która zawozi go do miasta. W biurze, rzecz jasna, wszystko jest amerykańskie. Nasz bohater siada na fotelu obrotowym z Nebraski, za biurkiem z Michigan, pisze pisma na maszynie do pisania z Syracuse, podpisuje je piórem z Nowego Jorku, a suszy bibułą z Nowej Anglii<sup>73</sup>.

Zacytowany fragment wyraźnie pokazuje, jak amerykanizacja, którą Stead nazwał w podtytule swej książki „trendem XX wieku”, tak naprawdę już pod koniec wieku XIX była w pełnym rozkwicie. Co więcej, w tym samym mniej więcej okresie Amerykanie zaczynali kolonizować wyobraźnię Europejczyków nie tylko produktami konsumpcyjnymi, lecz także produktami kultury popularnej.

Niezwykle popularne od mniej więcej lat 80. XIX wieku były tzw. *Wild West Shows*, widowiska inspirowane postaciami i wydarzeniami z amerykańskiego Dzikiego Zachodu, niezwykle spektakularne, prezentujące europejskim widzom estetykę zgoła egzotyczną. I tak, William Cody, znany bardziej jako Buffalo Bill, aktor i organizator *Wild West Shows*, na amerykańskiej wystawie w londyńskim Earls Court przedstawił widowisko, w którym udział wzięło między innymi 121 białych aktorów, 97 Indian, 180 koni i 18 bizonów. Cody pokazywał swój show we Francji, Hiszpanii, Włoszech, a także w Watykanie dla papieża Leona XIII<sup>74</sup>.

Wartym odnotowania faktem jest polska wizyta trupy Buffalo Billa, latem 1906 roku. Do Krakowa trupa Cody'ego przybyła 4 sierpnia 1906 roku. „Na dworzec wtacza się 59 wagonów pełnych cyrkowców, zwierząt i sprzętu”. Ich przejazd przez miasto stał się wielkim wydarzeniem, dziennikarz „Czasu” odnotowuje, że zaintrygowani egzotycznymi gośćmi krakowianie specjalnie „zerwali się wcześniej z pościeli”<sup>75</sup>. Poprzednio odbyły się już widowiska w Tarnowie i Rzeszowie. Bilety były bardzo drogie, lecz show Buffalo Billa był wielką atrakcją, chociaż reakcja krakowskiej

<sup>73</sup> Za: W.T. Stead, *op. cit.*, s. 354-356.

<sup>74</sup> R.W. Rydell, R. Kroes, *op. cit.*, s. 106.

<sup>75</sup> Sz. Opryszek, *Jak Buffalo Bill na Błoniach grania w piłkę uczył*, „Gazeta Wyborcza. Kraków” 2013, 15 VI, [online] [http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,14101534,jak\\_Buffalo\\_Bill\\_na\\_Bloniach\\_grania\\_w\\_pilke\\_uczyl.html](http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,14101534,jak_Buffalo_Bill_na_Bloniach_grania_w_pilke_uczyl.html), dostęp: 23 VIII 2014.



publiki, jaką odnotowuje dziennikarz, wskazuje, że nie wszyscy byli wydarzeniem i jego estetyką zachwyceni: „Dla konserwatywnej części publiki popisy czarnoskórych i Azjatów musiały być szokujące”. Dziennikarze pisali, że widownia nie omieszkła dać wyrazu „oburzenia na ich brzydotę”. Lepsze wrażenie zrobiło (...) dopiero ukazanie się kilku bajecznie kolorowych postaci Indian, wysokich, barczystych, o rozczesanych, bujnych, hebanowych włosach, o cerze, która wywołała niepochlebne, niedowierzaniem w ich autentyczność przepojone komentarze kumoszek i ich męskich akompaniatorów” – czytamy w „Czasie” z 4 sierpnia 1906 roku. „Mój dziadek, pomocnik maszynisty, był na tym spektaklu. Wspominał, że na arenie występowali dzicy ludzie. Podobnie myślało wówczas wielu krakowian – przyznaje Leszek Mazan”<sup>76</sup>. Rzeczywiście, pomijając już fakt, że amerykańska kultura popularna docierała do Polaków, i to w tej najbardziej widowiskowej formie, to reakcja na nią jest znamienna. Po pierwsze, postrzeganie Indian jako dzikich. Po drugie – Dzikiego Zachodu jako swoistej amerykańskiej egzotyki. Po trzecie, zniesmaczenie konserwatywnych elit na tę formę kultury – widowiskowej, dynamicznej, kolorowej, ale pozbawionej intelektualnego wysu-

**W Krakowie tylko 2 dni**  
**Sobota 4 i Niedziela 5 Sierpnia**  
**Na Błoniach**  
 Przedstawienia popołudniowe i wieczorne  
 takie same.  
**Miejsca siedzące pod dachem.**  
**Buffalo BILL's**  
**WILD WEST**  
  
**Congress of Rob'n Riders of the World**  
 (najzmożniejsi jeźdźcy świata)  
 pod osobistym kierownictwem  
**W. F. CODY (BUFFALO BILL)**  
 „BUFFALO BILL” mistrz strzelców  
 konnych z swoimi sławnymi strzałami na  
 galopującym koniu.  
**100 Indian Ameryki Północnej**  
**Bitwa pod „Little Big Horn”**  
**lub ostatnia walka Custer.**  
 Deszcz  
 czy pogoda! **Codziennie dwa przedstaw.**  
 Po południu g. 2. Wieczorem g. 8.  
**Otwarcie kasy po południu o godz. 1,**  
**wieczorem godz. 7.**  
**==== Ceny miejsc: ====**  
 1. miejsce K. 2.—, Krzesło numerowane  
 K. 4.—, Miejsce rezerwowe K. 5.—,  
 Krzesło w łożu K. 8.—, Łoża (6 krzeseł)  
 K. 48.—.  
 Dzieci poniżej 10 lat płacą na wszystkich  
 miejscach połowę.  
**Weześniejsza sprzedaż biletów**  
**po K. 5.— i 8.—,**  
 odbywa się od godziny 9 rano w dniu  
 przedstawienia  
**w Księgarni D. E. Friedleina**  
**Rynek 14. (2845-24)**  
**Kasa zamówień otwarta w niedzielę**  
**od 9—11 przed południem**  
 W Białej-Bielsku 6 sierpnia, w Cies-  
 zynie 7 sierpnia, w Morawskiej  
 Ostrawie 8 sierpnia.

2. Ogłoszenie zapowiadające Wild West Show Buffalo Billa w Krakowie zamieszczono w lokalnej gazecie „Czas”

<sup>76</sup> *Ibidem*.

blimowania. Również rzeszowianie nie wydawali się zadowoleni z tego, co zobaczyli. „Głosy korespondentów ówczesnej prasy rzeszowskiej były (...) nieprzychylnie”. Tak jak w Czerniowcach, Tarnopolu i we Lwowie oburzano się za „branie ludzi na kawał za drogie pieniądze”<sup>77</sup>.

Pierwsze dwie dekady XX wieku przyniosły wzmożoną obecność amerykańskiej kultury w Europie. To czas, kiedy niezwykle wpływowym wehikułem amerykanizacji stało się kino. Jeszcze przed I wojną światową amerykańscy producenci opanowali około 60% brytyjskiego rynku. Wkrótce, wykorzystując wojenną zawieruchę, podnieśli ten wskaźnik o kolejne kilkanaście procent. Amerykańskie kino docierało już nie tylko do Europy, ale również do Azji i Ameryki Południowej. „Singapur był ciekawym przypadkiem. O ile w roku 1913 mniej niż 1% filmów importowano z Ameryki, o tyle w roku 1918 co najmniej 26% filmów pochodziło ze Stanów Zjednoczonych. W Ameryce Południowej drastycznie spadł eksport filmów z Europy. Na przykład w Argentynie około roku 1916 60% filmów pochodziło z Ameryki”<sup>78</sup>.

Udział Stanów Zjednoczonych w I wojnie światowej zdecydowanie zmienił układ sił na świecie, układ, w którym to Stany Zjednoczone na dziesiątki lat zagwarantowały sobie pozycję lidera. William T. Stead, który zginął w katastrofie *Titanica* w roku 1912, nie widział już, jak szybko jego proroctwo o tym, że wiek XX będzie należał do Ameryki, zaczęło się spełniać. Po I wojnie światowej rozmaitość amerykańskich produktów, zarówno konsumpcyjnych, jak i kulturowych, lawinowo wzrastała. Za tym wszystkim stał już na dobre rozpanoszony amerykański biznes. Do tego zaczęła się coraz intensywniejsza obecność Ameryki i Amerykanów w polityce światowej i kształtowanie przez nich tej sfery ludzkiej aktywności.

### 3. AMERYKANIZACJA A GLOBALIZACJA

Wielość rozumień pojęcia amerykanizacji zostaje zwielokrotniona poprzez częste utożsamianie jej z globalizacją. Dlatego też dla porządku

---

<sup>77</sup> A. Bednarczyk, *Buffalo Bill w Rzeszowie*, Regiopedia – Podkarpackie, 20 II 2014, [online] <http://podkarpackie.regiopedia.pl/wiki/buffalo-bill-w-rzeszowie>, dostęp: 23 VIII 2014.

<sup>78</sup> R.W. Rydell, R. Kroes, *op. cit.*, s. 120.

warto wyjaśnić relacje między tymi zjawiskami. „Globalizacja najczęściej odnosi się do wzrostu polityki ponadnarodowej, integracji światowej ekonomii, a w konsekwencji mieszania się kultur na świecie”<sup>79</sup>. Globalizacja jest konsekwencją „kurczenia” się świata zarówno w sensie fizycznym – coraz szybsze i doskonalsze środki komunikacji, które przenoszą ludzi do najodleglejszych miejsc, jak i symbolicznym – nowoczesne media, dzięki którym możemy nie tylko komunikować się, lecz także zwiedzać, uczestniczyć w rozmaitych wydarzeniach, słowem – konsumować teksty kulturowe nawet najbardziej odległych nam kulturowo obszarów.

Globalizacja jest zatem niewątpliwie konsekwencją intensywnego postępu technologicznego, ale co niezwykle ważne, postępu odbywającego się w warunkach demokracji i w miarę niezakłóconego rozwoju ekonomii wolnego rynku. Bez powszechnego i demokratycznego, przede wszystkim w sensie ekonomicznym, dostępu do zdobyczy technologicznych przenikanie i mieszanie się kultur byłoby niemożliwe. Ritzer i Stillman piszą wprawdzie, że: „Jest kilka regionów na świecie nie dotkniętych globalnym strumieniem inwestycji, turystyki, zanieczyszczenia, ludzi, przestępstw itd.”<sup>80</sup>, ale zaraz potem dodają: „Istota teorii globalizacji sugeruje, iż siły globalne koniec końców dotrą do najbardziej odległych »zakątków« globu. Lasy deszczowe w Ameryce Południowej, aby podać pozornie nieprawdopodobny przykład, stały się już kierunkiem turystycznym, źródłem surowców naturalnych dla przemysłu drzewnego i farmaceutycznego, miejscem migracji ludności z bardziej zaludnionych terenów oraz głównym centrum biznesu narkotykowego”<sup>81</sup>. Globalizacja sprawia zatem, że różne, często odległe geograficznie obszary zaczynają wyglądać podobnie. Ludzie oglądają identyczne programy w telewizji, jedzą w identycznych restauracjach, uprawiają identyczne sporty i jeżdżą identycznymi samochodami.

Jaki jest zatem związek amerykańizacji i globalizacji? Na pozór dość oczywisty. Dla wielu badaczy i publicystów globalizacja ma przede wszystkim amerykańską twarz. Thomas L. Friedman, publicysta „The New York Timesa”, w książce *The Lexus and the Olive Tree* wyraża pełne przekonanie, że globalizacja to „globalne rozprzestrzenianie się amerykańskiej kultu-

<sup>79</sup> G. Ritzer, T. Stillman, *op. cit.*, s. 31.

<sup>80</sup> *Ibidem*.

<sup>81</sup> *Ibidem*, s. 32.

ry i amerykańskich ikon kulturowych”<sup>82</sup>. Podobnie Naomi Klein w swojej słynnej publikacji *No Logo* dowodzi, że w globalizacji nie chodzi o kulturową różnorodność i wieloetniczność, lecz narzucenie całemu światu amerykańskiego modelu świata<sup>83</sup>.

Nie zawsze jednak tak krytycznie postrzegano udział Ameryki w procesach globalizacyjnych. Zauważmy, że książka Steada, pierwsza publikacja tak obszernie i skrupulatnie opisująca pewne zjawiska charakterystyczne dla przełomu wieków i, co równie ważne, formułująca prognozy na przyszłość, nie skupiała się wyłącznie na ekonomicznej aktywności Amerykanów. Stead opisuje także działalność amerykańskich misjonarzy, którzy w Afryce i Azji szerzyli wiedzę o zasadach amerykańskiej demokracji, pisze o równouprawnieniu kobiet czy szerzeniu zdobyczy amerykańskiej nauki.

Akira Iriye twierdzi, że gdyby w roku 1902 istniał termin „globalizacja”, Stead mógłby go użyć do charakterystyki tego, co opisywał. Stead zauważył, że różne części świata gwałtownie się łączą dzięki nowym metodom transportu i komunikacji i że amerykański biznes, ale co ważne, również ideologia dawały temu połączonemu światu zupełnie nowy charakter. Znaczący wkład Ameryki w procesy globalizacyjne, które dostrzegł, sprawił, że globalizacja i amerykanizacja u progu XX wieku były pojęciami wymiennymi<sup>84</sup>. Powszechne było wtedy przekonanie o posłannictwie Ameryki budującej amerykańską cywilizację i zmieniającą różne zakątki świata na swój obraz i podobieństwo. Wielu Amerykanów uważało wtedy, że ich kraj ma misję do spełnienia i odmieni świat dzięki swoim wartościom i ideom.

„Ich wypowiedzi świadczyły o tym, że na przełomie wieków byli zafascynowani dwoma aspektami globalnej transformacji – którą wielu z nich postrzegało jako amerykanizację. (...) Pierwsza była bardziej mechaniczna, fizyczna i materialna; druga bardziej duchowa, mentalna i etyczna”<sup>85</sup>.

Zarówno duchowy wymiar amerykanizacji, jeszcze raz podkreślmy, na początku XX wieku utożsamianej z globalizacją, jak i jej moralne prze-

---

<sup>82</sup> T.L. Friedman, *The Lexus and the Olive Tree. Understanding Globalization*, Farrar, Straus, Giroux, New York 1999, s. 7.

<sup>83</sup> N. Klein, *No Logo*, Picador, New York 2000.

<sup>84</sup> A. Iriye, *Globalization as Americanization?*, [w:] *The Paradox of a Global USA*, eds. B. Mazlish, N. Chanda, K. Weisbrode, Stanford University Press, Stanford 2007, s. 32.

<sup>85</sup> *Ibidem*, s. 33.

słanie oraz propagowanie moralnych standardów i wartości, mających doprowadzić do powstania rzeczywistości, w której wszyscy ludzie na świecie będą żyć razem w harmonii i dobrobycie, bardzo silnie funkcjonowały w warstwie ideologicznej po II wojnie światowej, gdy koncepcja „społeczeństwa jednego świata” była propagowana przez biznesmenów czy intelektualistów, przekonanych o tym, że oto po tak traumatycznym doświadczeniu, jakim była wojna, ludzie na całym świecie zechcą dzielić tę samą kulturę, wartości i zasady moralne oraz zbudować nowy porządek, bardziej otwarty na współpracę międzynarodową. Ten lepszy porządek światowy miał być zasługą działania procesów amerykanizacyjnych.

Po II wojnie światowej wydawało się, że globalizacja i amerykanizacja staną się jednym. Amerykańskie towary, kapitał, a nade wszystko produkty amerykańskiej kultury popularnej zaznaczyły swą zdecydowaną obecność w podbitych i wyzwolonych krajach. Plan Marshalla, zakładający udzielenie przez USA zniszczonym działaniami wojennymi państwom europejskim, zarówno sojusznikom, państwom neutralnym, jak i tym, które po wojnie znalazły się w strefie wpływów Związku Radzieckiego, częściowo bezzwrotnej pomocy ekonomiczno-gospodarczej w postaci kredytów i dostaw towarów, miał na celu zniwelowanie skutków II wojny światowej oraz poprzez rozwój gospodarczy zapewnienie stabilizacji wewnętrznej w poszczególnych państwach i był konkretną realizacją założeń o pomocy, wyrównaniu szans i budowaniu „jednego świata”<sup>86</sup>.

Jak wiadomo, nadanie zmianom rozwojowym o charakterze globalnym amerykańskiej twarzy stało się w epoce postwojennej bardzo problematyczne, „Moskwa nigdy nie zaakceptowała znaku równości między globalizacją a amerykanizacją”<sup>87</sup>. Zimna wojna podzieliła świat i chociaż Stany Zjednoczone energicznie promowały globalizację, poprzez na przykład demokratyzację Niemiec i Japonii czy ustanowienie programów wymiany naukowej i kulturowej, to wiele decyzji politycznych z tego okresu nie odpowiadało takiemu rozumieniu amerykanizacji, jakie przyświecało Steadowi i innym wizjonerom z początku wieku. Zaczęto postrzegać Stany Zjednoczone jako hegemonia politycznego, ekonomicznego i kulturowego, a propagowane amerykańskie wartości, ideały i kultura stały

---

<sup>86</sup> *Ibidem*, s. 34.

<sup>87</sup> *Ibidem*, s. 36.

się nieprzekonujące. W międzyczasie rozrastały się amerykańskie firmy poza granicami USA. Towary amerykańskie były intensywnie obecne w różnych rejonach świata, a produkty amerykańskiej kultury były rekordy popularności. Zaczęły się pojawiać głosy krytykujące dominację amerykańskiego biznesu i kultury.

Te sceptyczne postawy nadbudowane na nieufności wobec Ameryki i jej intencji w kwestii globalizowania świata reprezentują na przykład Pierre Bourdieu i Loïc Wacquant, którzy uważają globalizację za „koncept polisemiczny, którego efektem, jeśli nie funkcją, jest zanurzanie efektów imperializmu w kulturowym ekumenizmie lub ekonomicznym fatalizmie oraz w tworzeniu ponadnarodowych relacji władzy jako naturalnej konieczności”<sup>88</sup>. Francuscy badacze traktują więc globalizację jako zamaśkowaną amerykanizację interpretowaną jako forma niezwykle agresywnego i podstępного imperializmu. Andrew J. Bacevich z kolei pisze otwarcie: „Na całym świecie amerykańska polityka podkreśla wartość otwartych rynków inwestycji, otwartej komunikacji i otwartego handlu. (...) W tym parciu do otwartości chodzi przede wszystkim o to, by Amerykanom dobrze się wiodło”<sup>89</sup>.

George Ritzer w książce *The Globalization of Nothing* (2004) wysuwa tezę, że globalizację analizować można z dwóch przeciwstawnych perspektyw: globalizacji (ang. *grow* – rosnąć), będącej wynikiem „imperialistycznych ambicji narodów, korporacji, organizacji itp. oraz ich pragnienia czy faktycznej potrzeby, aby narzucić swoją obecność w rozmaitych obszarach świata”<sup>90</sup>, oraz glocalizacji, polegającej na dostosowaniu globalnych produktów, tekstów kultury, wzorców zachowań do gustów i potrzeb lokalnych odbiorców. Terminu „glocalizacja” po raz pierwszy użył Roland Robertson w 1992 roku, definiując go jako „uniwersalizacja partykularyzmów i partykularyzacja uniwersalizmów”, sugerując tym samym, że to, co globalne, zostaje na lokalnym rynku zlokalizowane, czyli przystosowane do miejscowych warunków i odbiorców, zaś to, co lokalne, pod warunkiem trafienia w globalne gusty po odpowiedniej obróbce, odarcia z nad-

---

<sup>88</sup> P. Bourdieu, L. Wacquant, *On the Cunning of Imperialist Reason*, „Theory, Culture & Society” 1999, vol. 16, no. 1, s. 42, [online] <http://dx.doi.org/10.1177/0263276999016001003>.

<sup>89</sup> A.J. Bacevich, *American Empire. The Realities and Consequences of U.S. Diplomacy*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) 2002, s. 102.

<sup>90</sup> G. Ritzer, *The Globalization of Nothing*, Pine Forge Press, Thousand Oaks 2004, s. 73.

miaru lokalnych sensów, może zyskać wymiar globalny. W rozumieniu Robertsona globalizacja nie jest niczym innym jak kulturową interakcją, dialogiem zakładającym symetryczność relacji między podmiotami lokalnymi i globalnymi.

O ile globalizacja zakłada krytycyzm i kreatywność lokalnych odbiorców w ich kontakcie z globalnymi treściami, co w efekcie prowadzi do globalnej różnorodności, o tyle globalizacja odpowiedzialna jest za zabijanie tej różnorodności poprzez homogenizację i standaryzację. Zjawiska odpowiedzialne za globalizację to według Ritzera kapitalizm, amerykańizacja i makdonaldyzacja, których głównym celem jest generowanie zysków i budowanie potęgi poprzez obezwładnianie, pokonywanie i ograniczenie zdolności tego, co lokalne, do działania i reakcji. W pojęciu Ritzera amerykańizacja jest odpowiedzialna za zamienienie świata w globalny rynek konsumencki, w którym te same produkty konsumowane są w bardzo podobnych okolicznościach. Dla Ritzera zatem globalizacja, a z nią również amerykańizacja są manifestacjami kulturowego imperializmu. Natomiast globalizacja, zakładająca kreatywne zawłaszczania globalnych produktów, również kulturowych, i niejako przekładanie ich na lokalne konteksty i idiomy, prowadzi do powstawania hybrydalnych form kulturowych, które mogą być inspirowane przez amerykańską kulturę popularną, lecz będą także odbijać doświadczenia kultur lokalnych – to oznacza aktywne podmioty, kreatywną konsumpcję i globalną różnorodność.

Globalizacja i kultura masowa uruchomiły – paradoksalnie – zapotrzebowanie na różne lokalne i jednostkowe tożsamości na niespotykaną dotąd skalę, mimo iż zanikają kody rodzimych kultur, bo ich uczestnikom często wewnątrz nich trudniej się ze sobą porozumieć niżli z podobnymi sobie (...) przedstawicielami innych kultur. (...) generalne odradzanie się lokalności musimy uznać za jedno ze zjawisk globalnych i wywołanych przez globalizację. W odrębności i lokalności ludzie szukają schronienia oraz odpoczynku przed globalizacją (...) <sup>91</sup>.

Tak jak Ritzer, również Golka, patrząc z polskiej perspektywy, dostrzega, że globalizacja stanowi pewną ocalającą przeciwwagę. Zaraz jednak zauważa, że owa lokalność przybiera nieco niepokojącą formę.

---

<sup>91</sup> M. Golka, *Cywilizacja, Europa, globalizacja*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1999, s. 156.

Ciekawym zjawiskiem jest – pisze Golka – preparowanie na użytek globalnej kultury masowej specjalnych wariantów kultury lokalnej, nader uproszczonej i przez to nadającej się do spopularyzowania. Kiedy taki wytwór znajdzie się w obiegu globalnym, stereotypizuje się, stając się swoistym surogatem, który symbolizuje daną kulturę lokalną w oczach światowych odbiorców. Po pewnym czasie granice między autentycznym a stereotypową jego namiastką zacierają się choćby z tego powodu, że rodzime autentyczne wytwory tracą swych odbiorców<sup>92</sup>.

Dzieje się tak dlatego, że lokalność również podlega prawom rynku, zaś lokalne osobliwości wchodzą w obieg globalny „o tyle, o ile się dobrze sprzedają masowemu odbiorcy, przy okazji zmieniając i rozszerzając jego poczucie kulturowego kanonu”<sup>93</sup>.

Edmund Wnuk-Lipiński również jest sceptyczny co do globalizacji, zauważając, że

jedynie pewna część uniwersalizmów „partykularyzuje się” (czyli przybiera postać lokalnych mutacji) i nie jest to z pewnością duża część. Większość uniwersalnych, czyli globalnych, wartości, idei, dóbr czy usług trafia do lokalnych odbiorców w uniwersalnej postaci. Zawartość opakowania coca-coli jest identyczna – w Chinach, Bułgarii, Izraelu, Południowej Afryce czy Boliwii, podobnie jest z produktami McDonalda, filmami amerykańskimi, produktami muzyki pop czy normami politycznej poprawności. Lokalne mutacje ograniczają się najczęściej jedynie do przełożenia globalnych nazw i sloganów reklamowych na miejscowy język, a i to nie zawsze<sup>94</sup>.

Jak jednak wiemy, kultura popularna, nie tylko amerykańska, „lubi się pożywiać ideami, obrazami czy »cytatami« pochodzącymi z najbardziej różnorodnych kultur lokalnych i mniejszościowych. Można wręcz stwierdzić, że kultura masowa nie mogłaby bez nich funkcjonować. Bez tej wzajemnej gry nie byłoby jazzu, rocka, reggae, lambady czy rapu”<sup>95</sup>. Co gorsza, nie byłoby też polskiego jazzu, brytyjskiego rocka czy niemieckiego hip-hopu. Amerykańska kultura popularna jest bowiem bardzo istotnym

---

<sup>92</sup> *Ibidem*, s. 156.

<sup>93</sup> *Ibidem*, s. 155.

<sup>94</sup> E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki. Globalizacja, demokracja, państwo narodowe*, Znak-ISP PAN, Kraków 2004, s. 30.

<sup>95</sup> M. Golka, *op. cit.*, s. 154.



elementem procesów globalizacyjnych, a poprzez, jak chce Robertson, „partykularyzowanie uniwersalizmów” przyczynia się do budowania hybridalnych form kultury na gruntach lokalnych, tworząc tam nową jakość i wyraźnie ubogacając krajobraz semiotyczny. Działając poprzez globalne kanały dystrybucji, dostarcza różnym odbiorcom narzędzi do kreowania swojej podmiotowości. Amerykanizacja może być zarówno częścią globalizacji, jak i globalizacji, a teksty kultury amerykańskiej mogą ją zarówno ujednolicać, jak i wzbogacać.

Adam Nobis, analizując rozmaite definicje i interpretacje terminu „globalizacja”, który występuje we wszystkich niemal językach świata i jest wykorzystywany w różnych dziedzinach ludzkiej działalności do opisywania współczesnych zmian w nich zachodzących, zadaje sobie wśród wielu innych także pytanie o to, czy możemy mówić o jednej globalizacji, czy też o wielu globalizacjach<sup>96</sup>, skoro amerykanizacja jest jednym z procesów globalizacyjnych. Czy możemy mówić o jednej amerykanizacji? Same omówione powyżej perspektywy postrzegania wpływów kultury amerykańskiej – od tych hegemonistycznych i imperialistycznych, niwelujących odrębności i ludzką kreatywność, aż po te, w których to jednostka na poziomie już czysto percepcyjnego przeżycia estetycznego jest w stanie obraz, słowo, styl odebrać bardzo indywidualnie, bo bardzo emocjonalnie i nieprzewidywalnie – świadczą o tym, że jest tyle globalizacji, ile dziedzin i miejsc, tyle amerykanizacji, ile ludzi – koncepcja samoamerykanizacji wyrosła właśnie z takich obserwacji<sup>97</sup>.

Kaspar Maase zauważa, że zaraz po wojnie amerykanizacja była przypadkiem globalizacji, ponieważ „amerykańskość” zafunkcjonowała w Europie Zachodniej w jakościowo nowy sposób, jako swego rodzaju system odniesienia. Ameryka dostarczała ludziom fizycznego, ideologicznego i symbolicznego materiału, argumentów i przykładów, które były wykorzystywane w starym świecie do wzmocnienia różnych interesów. „Korzystanie ze wspólnego systemu referencyjnego nie oznacza, że wszyscy

---

<sup>96</sup> A. Nobis, *Czy globalizacja istnieje?*, „Kultura – Historia – Globalizacja” 2014, nr 15, s. 179.

<sup>97</sup> Fluck wspomina, jak w dzieciństwie, przypadającym na czas tużpowojenny, jego „Ameryka wyobrażona” została zdeterminowana przez kolor kostiumu Supermana, którego postać po raz pierwszy zobaczył w komiksie, otrzymanym od sąsiadki pracującej dla Amerykanów. Ten odcień koloru niebieskiego nakładał niczym filtr na inne wyobrażenia o Ameryce – włączywszy w to błękit kalifornijskiego nieba.

stajemy się tacy sami, wręcz przeciwnie – prezentujemy nasze różnice w bardzo podobny sposób. Kultura globalna stanowi system rozmaitych kategorii, w którego ramach definiujemy kulturowe różnice, aby lepiej siebie rozumieć i by zyskać wzajemne uznanie”<sup>98</sup>. W każdym razie taka właśnie była tendencja, która wyłaniała się z „aktów przejmowania, konstruowania i instrumentalizowania amerykańskości”<sup>99</sup>.

Zwróćmy w tym miejscu uwagę na jeszcze jeden aspekt, również wynikający z bardzo indywidualnego odbioru globalnie popularyzowanej amerykańskiej kultury. W krytycznych ocenach amerykanizacji, w których dostrzega się przede wszystkim destrukcyjny charakter wpływów kultury amerykańskiej na kultury rodzime, rzadko zauważa się fakt, że kultura rodzima, często bardzo tradycyjna, może jawić się jednostce jako bardzo ograniczająca, czasami wręcz opresyjna. Polska kultura zbudowana na tradycyjnych wartościach wyrosłych z katolicyzmu w sferze obyczajowości, roli rodziny, poszanowania wyborów jednostki uchodzi za dość rygorystyczną, co sprawiało, że wielu, szczególnie młodych użytkowników amerykańskiej kultury popularnej szukało w niej wsparcia oraz samego siebie.

#### 4. AMERYKANIZACJA A MODERNIZACJA

Zarówno amerykanizacja, jak i globalizacja są procesami często przywoływanymi w kontekście zmian modernizacyjnych i odwrotnie. Piotr Sztompka zauważa: „U podstaw fascynacji globalizacją leży (...) realny proces społeczny związany z ekspansywnym rozwojem nowoczesnej formacji społecznej. Nowoczesność – jak twierdzi Anthony Giddens – z samej swej istoty globalizuje się”<sup>100</sup>. Stany Zjednoczone – gospodarka, społeczeństwo i kultura tego kraju – były i dla wielu wciąż są nowoczesnością *par excellence*. Cały projekt amerykańskiej państwowości jest bardzo młody, zbudowa-

---

<sup>98</sup> J. Breidenbach, I. Zukrigl, *Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*, Kunstmann, München 1998, s. 209, cyt. za: K. Maase, „Americanization”, „Americanness” and „Americanisms”: Time for a Change in Perspective?, referat wygłoszony na konferencji „American Impact on Western Europe: Americanization and Westernization in Transatlantic Perspective”. Conference at the German Historical Institute, Washington, D.C., March 25-27, 1999, [online] [http://webdoc.sub.gwdg.de/ebook/p/2005/ghi\\_12/www.ghi-dc.org/conpotweb/westernpapers/maase.pdf](http://webdoc.sub.gwdg.de/ebook/p/2005/ghi_12/www.ghi-dc.org/conpotweb/westernpapers/maase.pdf), dostęp: 23 VIII 2014.

<sup>99</sup> K. Maase, „Americanization”..., s. II.

<sup>100</sup> P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków 2005, s. 582.

ny według pewnej koncepcji, wyrosłej również z konstruktywnej krytyki doświadczeń starej Europy. Jeden z ważniejszych mitów amerykańskich zbudowany jest wokół idei młodości i nowoczesności. Idea „nowoczesności” rozumiana jest jako

kompleks społecznych, politycznych, ekonomicznych, kulturowych i mentalnych przekształceń zachodzących na Zachodzie od XVI wieku, osiągających swoje apogeum w wieku XIX i XX. W jego skład wchodzi procesy uprzemysłowienia, urbanizacji, racjonalizacji, biurokratyzacji, demokratyzacji, rozkwit kapitalizmu, upowszechnienia się indywidualizmu i motywacji do osiągnięć, apoteoza rozumu i nauki. (...). Modernizacja w tym rozumieniu oznacza proces dochodzenia do nowoczesności (...)<sup>101</sup>.

Teorie modernizacji za punkt odniesienia przyjmują zasady ewolucjonizmu unilinearne, który zakłada progresywny charakter zmian oraz ich nieuchronność. Sztompka dowodzi, że modernizacja jest „procesem zamierzonym, sterownym i stymulowanym z zewnątrz”<sup>102</sup>.

W sytuacji, gdy świat wyraźnie podzielił się na obszary i kraje rozwinięte i zacofane (centrum i peryferie), to kraje rozwinięte dostarczały wzorców i wyznaczały kierunek zmian modernizacyjnych peryferiom.

Zamiast dostarczania mglistych, utopijnych obrazów lepszego społeczeństwa teoretycy modernizacji obrali sobie bardziej konkretną wizję, a mianowicie istniejących najbardziej rozwiniętych społeczeństw zachodniego kapitalistycznego świata. Dzięki temu modernizacja oznaczała (...) celowe naśladowanie społeczeństw zachodnich uznanych za wzorce nowoczesności. (...). W definicjach historycznych modernizacji jest ona synonimem westernizacji i amerykańizacji. Postrzega się ją jako ruch w kierunku określonych historycznie społeczeństw, zlokalizowanych w czasie i przestrzeni<sup>103</sup>.

Stany Zjednoczone oraz kraje Europy Zachodniej wyznaczają kierunek zmian modernizacyjnych, a zmiany te mają charakter imitacyjny. Imitowane są instytucje, formy współżycia społecznego, kultury czy stylu

<sup>101</sup> Idem, *Socjologia zmian społecznych*, tłum. J. Konieczny, Znak, Kraków 2005, s. 130.

<sup>102</sup> Idem, *Socjologia. Analiza...*, s. 508.

<sup>103</sup> Idem, *Socjologia zmian...*, s. 132.

życia. Stąd to, co w dyskursie publicystycznym często pogardliwie określone jest mianem „amerykanizacji”, może być jedynym możliwym kierunkiem prowadzącym do nowoczesności.

Modernizacja ma wprowadzić jasno wytyczony kierunek zmian, ale obejmuje bardzo wiele obszarów. Jednym z nich jest gospodarka i organizacja pracy, a ponieważ terminem, który często pojawia się również w kontekście dyskusji zarówno o wpływach kultury amerykańskiej, jak i modernizacji, jest „makdonaldyzacja”, wyjaśnijmy jego związki z amerykanizacją, ponieważ niezwykle często terminy te są używane wymiennie, wprowadzając przez to wiele zamieszania.

Makdonaldyzację sam autor terminu, George Ritzer, definiuje jako „proces stopniowego upowszechniania się zasad działania restauracji szybkich dań we wszystkich dziedzinach życia społecznego w Stanach Zjednoczonych oraz na całym świecie”<sup>104</sup>. Korzenie zjawiska znajduje w pracach Maxa Webera, żyjącego na przełomie XIX i XX wieku niemieckiego socjologa, filozofa i ekonomisty, który w książce *Gospodarka i społeczeństwo*<sup>105</sup> dokonał krytycznej analizy racjonalizacji świata, czyli poddawania go dyrektywom przewidywalności, wymierności, sprawności. Za jedną z pierwszych praktycznych form wykorzystania zasad racjonalizacji Weber uznał biurokrację. Makdonaldyzacja jest jej kolejnym wcieleniem. Racjonalizacja jest również jedną z form działania procesów modernizacyjnych. Jest to widoczne na przykład w nowoczesnej kapitalistycznej gospodarce, z jej pragmatyczną organizacją pracy, która ma prowadzić do racjonalnej kalkulacji zysków i strat.

Według Ritzera we współczesnym zmakdonaldyzowanym świecie zrationalizowane jest społeczeństwo oraz przestrzeń, w której to społeczeństwo pracuje, uczy się, konsumuje. Ritzer wykorzystał sposób funkcjonowania znanej amerykańskiej sieci restauracji typu *fast food* jako wzorzec, według którego opisał, jak funkcjonują również inne instytucje: szkoły, hotele, kina, a nawet uniwersytety. Reguły makdonaldyzacji implementowane są również do produkcji tekstów kultury – czymże jest kino gatunku, jeśli nie formą „zestawów” składających się z określonych

---

<sup>104</sup> G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, tłum. S. Magala, Muza, Warszawa 1997, s. 16, *Spectrum*.

<sup>105</sup> M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, tłum. D. Lachowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, *Biblioteka Socjologiczna*.

wizerunków, rozwiązań fabularnych i gwarantowanych widzom emocji. Makdonaldyzację charakteryzuje dążenie do zwiększenia efektywności (produkcji, pracy, konsumpcji), *przewidywalność* – zarówno producent, jak i konsument produktu czy usługi dokładnie wiedzą, czego mogą się spodziewać i jak się mają zachować, *kalkulacyjność*, która ma prowadzić do tego, by przy jak najmniejszym wkładzie uzyskać jak największy zysk, oraz *zastąpienie ludzi technologią*, w której człowiek jest zbędny<sup>106</sup>.

Utożsamianie amerykańskiej z makdonaldyzacją wydaje się do pewnego stopnia zrozumiałe. Amerykanizacja jest siłą napędową modernizacji, a makdonaldyzacja pewną konkretną strategią, która nadaje światu bardziej nowoczesne oblicze. Dodatkowo restauracja McDonald's, która posłużyła jako wzorzec w koncepcji Ritzera, jest amerykańską ikoną. *Golden Arches of McDonald's* są tak samo rozpoznawalne na świecie jak amerykańska flaga. „McDonald's jest konotacją Ameryki zarówno jako przykład pewnego procesu, jak i ikony. W ramach tego pierwszego McDonald's jest zaangażowany w eksport określonego amerykańskiego modelu organizacji, usług czy konsumpcji. Jako ikona służy głównie jako przykład amerykańskiej potęgi ekonomicznej i politycznej na świecie”<sup>107</sup>.

McDonald's to również symbol amerykańskiego nowoczesnego stylu życia. Szybkie, sterylne restauracje, które pozwalają zakupić posiłek bez wysiadania z auta, które nie wymagają czekania na kapryśnego kelnera, ale które oczekują też zdecydowanego konsumenta. Konsument ten bez kapryśnienia wybierze z ograniczonej i zrationalizowanej oferty posiłków, zje go szybko – nie musi się przecież męczyć jedzeniem nożem i widelcem i przestrzeganiem etykiety – posprząta po sobie i czym prędzej opuści lokal, by następni klienci mogli równie szybko i sprawnie zaspokoić swoje potrzeby. Ten sposób organizacji produkcji i konsumpcji okazał się na tyle atrakcyjny, i dla producentów, i dla konsumentów, że w krótkim czasie rozpowszechnił się na całym świecie. Co więcej, działa w każdej niemal dziedzinie, gdzie liczy się efektywność pracy i maksymalizacja zysków. Warto zauważyć, że nie ma dowodów na to, że to właśnie Ray Kroc, realizując swoją wizję zrationalizowanej restauracji, był pierwszy na świecie. Na pewno zrealizował swój pomysł bardzo efektownie, dzięki

<sup>106</sup> G. Ritzer, *McDonaldyzacja...*, s. 31-36.

<sup>107</sup> G. Ritzer, T. Stillman, *op. cit.*, s. 40.

czemu jego przedsiębiorstwo stało się dla Ritzera przykładem poręcznym i powszechnie znanym, ale przecież McDonald's nie jest jedynym przedsiębiorstwem, które działa według tych zasad.

Ponad wszelką wątpliwość jednak makdonaldyzacja przyczynia się do zuniformizowania świata. Przedsiębiorstwa działające według jej reguł często wypierają te rodzime, lokalne, których działanie nie jest tak racjonalizowane, a przez to zdecydowanie mniej efektywne i nieatrakcyjne biznesowo. Zjawisko makdonaldyzacji polega na uniformizacji i standaryzacji i sprawia, że świat wydaje się wszędzie taki sam. Również różnorodna, wielokulturowa i wieloetniczna Ameryka dzięki wdrożeniu racjonalnych zasad prowadzenia biznesu stała się nieznośnie taka sama. Ritzer i Stillman twierdzą nawet, że makdonaldyzacja może być traktowana jako proces „deamerykanizacji Ameryki”:

Choć Ameryka od dawna jest postrzegana jako melanz kultur i lokalnych tradycji, dobrze znany *melting-pot*, makdonaldyzacja może być interpretowana jako siła wypędzająca kulturowe i regionalne tradycje i powodująca zastępowanie ich jednym homogenicznym systemem. Dlatego lokalne delikatesy, włoskie pizzerie, budy z homarami czy stragany z taco znikają zatapiane przez McDonald's lub inne restauracje typu fast food. Bywa też tak, że te kulturowe i regionalne tradycje same ulegają makdonaldyzacji i zostają zamienione w sieciowe Nathan's Hotdogs, Pizza Hut, Red Lobster czy Taco Bell<sup>108</sup>.

Wydaje się zatem, że za wszystkie złe wpływy związane z zabijaniem wszelkich lokalności bardziej odpowiedzialna jest makdonaldyzacja, która tylko częściowo związana jest z Ameryką. Zasady makdonaldyzacji są przecież podstawą działania także firm, które nie mają wcale amerykańskiego pochodzenia, weźmy na przykład brytyjską sieć z kosmetykami ekologicznymi Body Shop czy szwedzką Ikeę. Makdonaldyzacja jest wynikiem usprawniania ekonomiki działania przedsiębiorstw i choć zaczęła się w Ameryce, to jednak nie należy jej z amerykanizacją utożsamiać. Makdonaldyzacja to jeden z procesów, który należy kojarzyć bardziej z procesami globalizacyjnymi, konkretnie globalizacją, ale faktyczne realizacje zmakdonaldyzowanych podmiotów, takich jak McDonald's, KFC czy Dunkin' Donuts, są niewątpliwie elementami kultury amerykańskiej.

---

<sup>108</sup> *Ibidem*, s. 41.

Podobnie rzecz się ma z disneizacją, procesem, który również wydaje się mieć amerykańską genezę, lecz jest integralnie związany z nowoczesną ekonomią i marketingiem. Disneizacja to zjawisko, którego nazwa pochodzi od nazwiska słynnego twórcy kreskówek i parków rozrywki Walta Disneya oraz założonej przez niego korporacji The Walt Disney Company, a polega ono według twórcy terminu, Alana Brymana, na przenoszeniu zasad obowiązujących w parkach tematycznych Disneya na inne obszary życia społecznego, i to nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale na całym świecie<sup>109</sup>. Podstawowe wyróżniki disneizacji to: *tematyczność*, którą Bryman interpretuje jako „ubieranie/przebieranie” instytucji i obiektów w narrację niezwiązaną z instytucją czy obiektem, do którego się odnosi, na przykład kasyno czy restauracja „ubrane” w narrację Dzikiego Zachodu czy pirackiego okrętu; *konsumpcja hybrydalna*, rozumiana jako łączenie konsumpcji z innymi sferami życia, przez co stają się tak ze sobą sprzężone, że trudno odróżnić, co jest konsumpcją, a co przyjemnością, odpowiednikiem czy na przykład modlitwą; *merchandising*, rozumiany jako promocja i sprzedaż towarów objętych prawami autorskimi do wizerunków, znaków graficznych, łącznie z produktami produkowanymi na licencjach; oraz tzw. *praca performatywna*, którą Bryman tłumaczy jako tendencję do postrzegania pracy, szczególnie w usługach, jako nasyczonego emocjonalnie przedstawienia, w którym nastrój duchowy pracownika i jego uczuciowe zaangażowanie stają się istotnymi elementami aktywności zawodowej. Pracownicy Disney Corporation muszą zawsze wykazywać ogromne zaangażowanie w swoją pracę, być zawsze uśmiechnięci i radosni, szczególnie gdy noszą uszy Myszki Miki czy kuper Kaczora Donalda. Podobnie w innych branżach biznesu spece od marketingu zalecają niemal „wchodzenie w rolę” w czasie wykonywania swoich obowiązków.

Zarówno makdonaldyzacja, jak i disneizacja są procesami globalnymi, które wynikają z racjonalizacji i budowania marketingowej efektywności działania przedsiębiorstw. Z całą pewnością uniformizują one kulturowy krajobraz świata, przyczyniając się do zaniku lokalnych kulturowych różnorodności. Są zjawiskami przeklinanymi przez alterglobalistów, procesami, które upodabniają do siebie zróżnicowane, heterogeniczne i dynamiczne kultury świata. Z drugiej jednak strony to dzięki

<sup>109</sup> A. Bryman, *The Disneyization of Society*, SAGE, London 2004, s. 1.

ich działaniu, pozwalającemu optymalizować biznesowe operacje, wiele znanych tylko lokalnie produktów wyszło poza tę lokalność, zyskało globalną popularność, uwolniło konsumentów od tyranii geografii. Zarówno makdonaldyzacja, jak i disneizacja wspomagają procesy modernizacyjne i globalizacyjne. Mogą służyć również amerykańizacji, gdy z ich zastosowaniem realizowany jest amerykański projekt, ale dobrze służą też Szwedom (Ikea), Francuzom (Sephora) czy każdej sieci stacji benzynowych i supermarketów.

Modernizacja jednak ma także wymiar jednostkowy. Wraz ze środowiskiem człowieka zmienia się również jego kondycja. W tym kontekście warto znów powiązać amerykańizację z modernizacją, tyle że na poziomie bardzo indywidualnym. Winfried Fluck dość przewrotnie wysuwa tezę o amerykańizacji nie jako o przyczynie modernizacji, lecz jej efekcie, tyle że za punkt wyjścia przyjmuje nie teorie modernizacyjne w sensie gospodarczym, lecz to, co nazywa „projektem nowoczesności” (*project of modernity*).

Amerykanizacja jest nieprzewidywanym efektem modernizacji, co bywa bardzo kłopotliwe dla zwolenników „obietnicy nowoczesności”. Amerykańskie firmy robią, co mogą, aby wykorzystać i wyekspluatować tę sytuację, lecz jej podstawy leżą w obietnicy samorozwoju i samorealizacji charakterystycznych dla nowoczesności. W tym kontekście modernizacja wywołała nieograniczoną i nigdy wcześniej nie eskalującą z taką siłą dynamikę wyobrażonego samoupodmiotowienia/samowyzwolenia (*imaginary self-empowerment*), które napędzane są „niespokojnym indywidualizmem”, jak to ujął Marshall Berman w swoich badaniach nad nowoczesnością<sup>110</sup>.

Fluck cytuje również Johna Tomlinsona, który twierdzi, że: „Kultury skazane są na nowoczesność, nie z powodu strukturalnych procesów gospodarczego rozwoju i coraz większej dominacji rozumu, lecz z powodu procesu polegającego na dążeniu człowieka do samorozwoju i samorealizacji”<sup>111</sup>. Dlatego też Fluck zaleca inne spojrzenie na kulturę amerykańską

---

<sup>110</sup> W. Fluck, *The Americanization of Modern Culture*, [w:] *Cultural Policy, or the Politics of Culture?*, eds. A. Preis-Smith, P. Skurowski, Institute of English Studies, University of Warsaw, Warsaw 1999, s. 43.

<sup>111</sup> J. Tomlinson, *op. cit.*, s. 141, cyt. za: W. Fluck, *The Americanization of Modern Culture*, s. 41.



i nietraktowanie jej jako zestandaryzowanego masowego produktu dla niezbyt wymagającego odbiorcy, lecz jako manifestację i konsekwencję dynamicznych procesów modernizacyjnych<sup>112</sup>.

Tak właśnie spróbujemy przyglądać się spotkaniom Polaków z amerykańską kulturą popularną, przez pryzmat modernizacyjnych dążeń i aspiracji, prób wykorzystania jej tekstów do wyrażenia siebie, swojej podmiotowości, indywidualizmu, zarówno w czasach, gdy był on ceniony i poszukiwany, jak i wtedy, gdy jego manifestacje były tępione, rzekomo dla dobra kolektywu.

Według Zdzisława Krasnodębskiego Polska w XX wieku przechodziła przez trzy próby modernizacji. Pierwsza miała miejsce po odzyskaniu niepodległości i trwała przez całe dwudziestolecie międzywojenne, a jej celem było budowanie suwerenności państwa oraz integracja narodowa i kulturowa, co było bardzo trudnym wyzwaniem w zróżnicowanym narodowościowo i etnicznie młodym państwie.

W ówczesnej strategii modernizacyjnej polityka gospodarcza podporządkowana była celom politycznym, zarazem stanowiła jednak niezmiernie istotny obszar realizacji tych celów. Suwerenność wydawała się niepełna bez niezależności gospodarczej. Ta zaś oznaczała budowę kapitalizmu polskiego. Aby tego dokonać, prowadzono politykę gospodarczą, którą Jan Kofman w swej książce o gospodarce Europy Środkowo-Wschodniej okresu międzywojennego nazwał „nacionalizmem gospodarczym”. Używano takich metod, jak protekcjonizm, przejmowanie majątku obcego kapitału, bezpośrednie inwestycje państwa itd. II RP była państwem prowadzącym aktywną politykę prorozwojową, politykę uprzemysłowienia, choć nie zastępowano rynku<sup>113</sup>.

Druga próba modernizacji kraju została podjęta przez władze komunistyczne po roku 1945 i była, jak twierdzi Krasnodębski, budowana na zasadach zaprzeczenia strategii przedwojennej. Nieustanne podkreślanie zacofania, ciemnoty i biedy, jakie panowały w Polsce przedwojennej, stało się elementem propagandowym, zaś rzekome ich pokonanie „jednym

<sup>112</sup> W. Fluck, *The Americanization of Modern Culture*, s. 41.

<sup>113</sup> Z. Krasnodębski, *Modernizacja po polsku*, [w:] *Drogi do nowoczesności. Idea modernizacji w polskiej myśli politycznej*, red. J. Kloczkowski, M. Szuldrzyński, Ośrodek Myśli Politycznej–Wyższa Szkoła Europejska im. ks. J. Tischnera, Kraków 2006, s. 193, *Polskie Tradycje Intelktualne*, 2.

z najważniejszych sposobów legitymizacji władzy w Polsce Ludowej”<sup>114</sup>. Nowoczesne państwo mogło powstać, ponieważ wyzwolono się spod wpływów imperialistycznego Zachodu i jego kapitału.

Nowoczesne społeczeństwo budowano na zasadach egalitaryzmu, powszechnego dostępu do edukacji, co w efekcie doprowadziło do zniwelowania różnic klasowych. Kultura Zachodu w oficjalnym przekazie była piętnowana jako burżuazyjna i wsteczna, podobnie jak kultura dwudziestolecia międzywojennego, uznanego za czas ciemnoty i zacofania<sup>115</sup>. Nieoficjalnie jednak Polacy z tęsknotą patrzyli zza żelaznej kurtyny na Zachód, postrzegając go jako ucieleśnienie nowoczesności, a na międzywojnie jak na odebraną szansę na tę nowoczesność. Próbowali za wszelką cenę i różnymi drogami przemycać wzorce, mody, towary, aby pomimo przeszkód nie pozostać całkiem w tyle. Dlatego mimo że czas Polski Ludowej to czas izolacji naszego kraju od globalnych zmian modernizacyjnych, to jednak aspiracje oraz oddolne inicjatywy i aktywności Polaków sprawiały, że próbowali oni nowoczesność w swoje życie wprowadzać wszystkimi możliwymi szczelinami, które przeoczył system.

Po zmianie systemu politycznego podjęto trzecią próbę modernizacji kraju. Krasnodębski nazywa ją imitacyjną, ponieważ w znacznej mierze oparta była na naśladownictwie zachodnich wzorów, „Po 1989 roku »modernizacja« rozumiana była jako »powrót« do Europy, do »normalności«. Przyjmowano, że istnieje jeden powszechnie obowiązujący model demokracji i gospodarki rynkowej. Problemem było tylko to, jak wcielać w życie ów model. Priorytet stanowiła nie polityka, lecz gospodarka, bo demokracja wydawała się łatwiejsza do zbudowania niż kapitalizm”<sup>116</sup>.

Polska w różnych okresach swojej historii często z zachwytem patrzyła na zachodnie państwa i ich kulturę, język czy rozwiązania instytucjonalne. Szczególnie elity polskie nieustająco próbowały wdrożyć do swojego codziennego życia wiele elementów tzw. „zachodniego stylu” i dotyczyło to zarówno ważnych dla narodu politycznych rozwiązań, jak i mody, kuchni czy gustów artystycznych i literackich. Wynikało to, co oczywiste,

<sup>114</sup> *Ibidem*, s. 195.

<sup>115</sup> K. Słańczak-Wislicz, *Od Trędowatej do Niewolnicy Isaury – niechciana kultura popularna w powojennej Polsce*, [w:] *Kultura popularna w Polsce w latach 1944-1989. Problemy i perspektywy badawcze*, red. eadem, Fundacja Akademia Humanistyczna–Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 2012, s. 6.

<sup>116</sup> Z. Krasnodębski, *op. cit.*, s. 197.

z przeświadczenia, że tamto obce, zachodnie jest lepsze, ale też z przekonania Polaków o zacofaniu ich kraju w stosunku do krajów Europy Zachodniej. Stąd też elity chętnie otwierały się na świat, internacjonalizowały swoje kontakty, edukację, udział w kulturze i budowały, co ważne, postawy kosmopolitycznej otwartości. Często być może zatracając się w tym ślepych przyjmowaniu wzorców kulturowych i odrzucaniu polskiej tradycji i kultury, co z kolei budziło krytykę niektórych bardziej propolsko zorientowanych intelektualistów. Dlatego w momencie zmiany systemu politycznego, co tożsame było przecież z odzyskaniem pełnych wolności osobistych oraz autentycznej, nie mniemanej, jak w czasach Polski Ludowej, suwerenności państwa, Zachód stał się naturalnym kierunkiem, z którego czerpano rozmaite wzorce, w tym także wzorce konsumpcyjne.

Westernizacja trzeciej fali modernizacji Polski jest bezdyskusyjna, przy czym jeśli przez westernizację rozumieć będziemy za słownikiem PWN „przejmowanie wzorców kulturowych, ekonomicznych i politycznych z Europy Zachodniej i Stanów Zjednoczonych”, to w pierwszej fazie bardziej inspirujące i częściej naśladowane były wzory czerpane z kultury amerykańskiej, które dla nieobytych w nowych warunkach Polaków były bardziej wyraziste, bardziej dosadne, nie tak wysublimowane jak francuskie czy brytyjskie. Wraz z wstąpieniem Polski do Unii Europejskiej procesy modernizacyjne przybrały na sile. Z jednej strony pojawiły się konkretne programy i realne wsparcie finansowe na ich realizację, co skutkowało szybkimi zmianami zarówno w otaczającej rzeczywistości (siatki nowych dróg, inwestycje w infrastrukturę *etc.*), jak i w samej strukturze i relacjach społecznych (programy wspierające rozwój zawodowy, wyrównanie szans i walkę z dyskryminacją). Wtedy też Polacy bardziej niż w USA zaczęli poszukiwać wzorców w Europie. Dodatkowo pierwsze lata nowego tysiąclecia charakteryzują się również gwałtownymi zmianami o charakterze globalnym w zakresie technologii komunikacyjnych. Rozwój technologii zrewolucjonizował z kolei sposoby uczestnictwa jednostek w procesach komunikacyjnych, w życiu społecznym i politycznym i powoli zrównywał nas z krajami Zachodu.

W każdej z tych faz modernizacji odbywających się mniej lub bardziej w ramach procesów globalizacyjnych amerykańska kultura popularna odegrała ważną rolę, zarówno na poziomie jednostki, jak i społeczeństwa. Śledząc charakter spotkań Polaków z amerykańską kulturą

popularną, przyjrzymy się ich uczestnikom, okolicznościom i efektom. W każdym z omawianych okresów amerykańska kultura popularna odgrywała wprawdzie nieco inną rolę, zawsze jednak pozostając istotnym elementem tworzenia się nowoczesnego społeczeństwa.

W kolejnym rozdziale zarysujemy europejskie tło polskich spotkań z amerykańską kulturą popularną. Europa Zachodnia stanowiła naturalny filtr, przez który docierały do Polski amerykańskie wzorce, dlatego nie sposób pominąć europejskiego kontekstu i doświadczeń Europejczyków z amerykańską kulturą popularną, które w znaczącym stopniu kształtowały również nasze własne.

## ROZDZIAŁ 2

### KONTEKST SPOTKANIA.

### AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W EUROPIE.

### WYBRANE ZJAWISKA

Myśmy po tej katastrofie tak bardzo potrzebowali Ameryki... i bardziej jej ducha, niż jej siły militarnej i jej dolarów. Ameryka przesunęła się po nas, jak walec, wyrównując, demokratyzując, upraszczając<sup>117</sup>.

Europa Zachodnia była pośrednikiem w transferze tekstów kulturowych między Stanami Zjednoczonymi a Polską. Kultura amerykańska najczęściej docierała do Polski nie bezpośrednio ze Stanów Zjednoczonych, lecz właśnie przez Europę Zachodnią, która stała się swego rodzaju mediatorem między Europą Wschodnią (bo nie tylko Polski ten przypadek dotyczył) a Ameryką, filtrem, dzięki któremu wiele produktów, czy to konsumpcyjnych, czy to kulturowych, zostało już zeuropeizowanych, dostosowanych do lokalnego rynku. Przedstawienie doświadczeń i refleksji Europejczyków pozwoli, po pierwsze, ukazać europejskie tło obecności i wpływów amerykańskiej kultury. Po drugie, wykaże podobieństwa i różnice w percepcji, w formach funkcjonowania, wreszcie we wpływach, jakie miała amerykańska kultura na lokalnych rynkach odbiorczych. Amerykańska kultura popularna ma wiele twarzy, szczególnie gdy zetknie się z lokalnością, która zawłaszcza ją według własnych potrzeb, nadając jej rozmaite znaczenia i funkcje. Różne doświadczenia historyczne wpłynęły

---

<sup>117</sup> W. Gombrowicz, *Dziennik 1961-1966*, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 1986, s. 167.

także na różne doświadczenia z amerykańską kulturą krajów Europy Zachodniej i Polski.

Wybór trzech państw europejskich, którym się teraz bliżej przyjrzymy, nie był podyktowany wyłącznie ich europejskim znaczeniem – Wielka Brytania, Niemcy i Francja to kluczowe mocarstwa, które w wielu okresach europejskiej historii decydowały o losach całego kontynentu – lecz także dlatego, że związki Polaków z tymi krajami były i są bliskie i intensywne zarazem. Francja i Wielka Brytania były celem polskich emigrantów, w krajach tych funkcjonowały i nadal funkcjonują duże diaspory polskie, a przez to również migracje Polaków, czy to zarobkowe, czy to zwykłe rodzinne, były intensywniejsze niż do innych krajów europejskich. Niemcy przez bezpośrednie sąsiedztwo są wyborem oczywistym. Dodatkowo każdy z tych krajów wchodził w inne relacje ze Stanami Zjednoczonymi, miał inne historyczne i polityczne doświadczenie determinujące odbiór kulturowego transferu oraz wpływ na kultury narodowe – a co za tym idzie także systemy wartości i praktyki kulturowe były odmienne w każdym z nich; to z kolei pozwoli zaobserwować, jak kultura amerykańska pracowała na tak różnych gruntach, jakie doświadczenia z nią były wspólne, a jakie zupełnie różne. Zobaczymy wreszcie, na ile nasze polskie doświadczanie amerykańskiej kultury przybliżało nas do centrum, a na ile służyło zupełnie odmiennym, specyficznym polskim celom. Uderzy nas podobieństwo wspólnych doświadczeń, pomimo żelaznej kurtyny i oficjalnego wykluczenia Polski ze strefy wpływów kultury zachodniej, oraz różnorodność i odmienną kreatywnych przetworzeń amerykańskiej kultury.

Temat kulturowych kontaktów Stanów Zjednoczonych z Europą jest niezwykle obszerny, dlatego z konieczności ten europejski wątek będzie ograniczony wyborem tematów i zjawisk, które uznałam za interesujące dla głównego wątku dociekań. Zaczniemy od stosunku Europejczyków do amerykańskiej kultury popularnej i choć rzecz będzie dotyczyć opinii z końca XIX i początku XX wieku, to ich aktualność widać chociażby w ciągłych porównaniach kultury europejskiej z amerykańską, w których ta pierwsza oznacza tradycję, wielowiekowy dorobek, rozintelektualizowanie i głębię, tę drugą zaś charakteryzuje brak umocowania w tradycji, powierzchowność, trywializacja i komercyjny charakter. Aktualność podnoszonych kwestii ujawni się również w kolejnych częściach tego rozdziału, gdy będziemy przyglądać się obecności amerykańskiej kultury

już w czasach powojennych. W części dalszej przyjrzymy się obecności Amerykanów, amerykańskiego biznesu i kultury w Europie po I wojnie światowej. Opiszemy również okoliczności polityczne, które usankcjonowały amerykańską obecność w Europie. Na koniec wreszcie przyjrzymy się wybranym zagadnieniom związanym z amerykańską kulturą popularną w Wielkiej Brytanii, Niemczech i Francji, aby zbudować odpowiednie tło i kontekst spotkań polskich.

## I. KRYTYCZNA REFLEKSJA EUROPEJSKICH ELIT.

### DEBATA NAD AMERYKAŃSKĄ KULTURĄ POPULARNĄ

Charakter amerykańskiej kultury popularnej – burzenie hierarchicznych zależności kulturowych, odrzucanie dyktatu gustów i budowanie postaw opartych na indywidualizmie – leżał u podstaw obaw przed jej wpływami w Europie. Dominik Strinati zauważa, że „obawa przed amerykanizacją w XIX wieku dotyczyła wpływu demokracji na rozpad tradycyjnych hierarchii klasowych i gustów. (...) demokracja oznacza nie tylko to, że potencjalnie wszystkie kulturowe preferencje są tak samo wartościowe, godne uwagi i odpowiednie jak preferencje tradycyjnych elit”<sup>118</sup>. Te rozważania doprowadzają nas do debaty nad kulturą masową w ogóle, bo wszak właśnie kultura amerykańska uosabiała całe zło związane z kulturą przeznaczoną dla mas, „ponieważ kultura masowa jest wynikiem masowej produkcji i konsumpcji dóbr kulturalnych, względnie łatwo jest utożsamić Amerykę z ojczyzną kultury masowej; mamy tutaj bowiem do czynienia ze społeczeństwem kapitalistycznym najbliższym związanym z tymi procesami”<sup>119</sup>. Warto zatem przy omawianiu charakteru amerykańskiej kultury popularnej przywołać argumenty jej krytyków. Zważmy, że niemal zawsze kultura amerykańska krytykowana była przez intelektualistów aspirujących do elity i patrzących na zachodzące procesy „z wysokiego stołka”, z samej góry hierarchii, którą amerykańska kultura miała zachwiać.

Zwykle jako najsilniejszy krytyczny głos przywoływany jest Matthew Arnold, dziewiętnastowieczny angielski poeta i krytyk literacki, absolwent

<sup>118</sup> D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, tłum. W.J. Burszta, Zysk i S-ka, Poznań 1995, s. 19-20.

<sup>119</sup> *Ibidem*, s. 30.

Oxfordu, którego pod koniec jego życia uważano za „jednego z czołowych arbitrów transatlantyckich gustów literackich oraz wartości kulturowych w czasach wiktoriańskich”<sup>120</sup>. Jego książka *Culture and Anarchy*, opublikowana po raz pierwszy w 1869 roku, jest ostrą krytyką Ameryki, „ojczyzny gazet i polityki”, kraju, który „w rzeczach dotyczących umysłu oraz kultury i całokształtu, zamiast nas wszystkich przewyższać, zostaje w tyle”<sup>121</sup>. Amerykanów Arnold nazywa filistrami (*Philistines*) o ograniczonym „zakresie duchowości”, którzy wielkość utożsamiają z bogactwem i industrializacją. Postrzegał on Stany Zjednoczone jako kraj bez tradycji, w którym najważniejsze jest to, co materialne, a nie duchowe. Rosnące znaczenie klasy pracującej uważał za początek społecznego i kulturowego upadku, załamania moralnych i estetycznych autorytetów. Jego strach przed amerykańizacją wynikał bowiem z obaw przed powszechną demokracją. Tytułowa anarchia była dla niego tożsama z kulturą popularną, definiowaną jako kultura klasy pracującej<sup>122</sup>, która była zagrożeniem dla jedynej prawdziwej według Arnolda kultury, kultury elit. W krytyce Arnolda aż nadto słyszalny jest strach przed utratą własnej uprzywilejowanej pozycji.

Intelektualnego wyzwania i estetycznego wysublimowania oczekiwał od kultury Frank Raymond Leavis, brytyjski krytyk literacki, dlatego występował przeciwko społeczeństwu masowemu i kulturze masowej i dlatego Ameryka była dla niego naturalnym kierunkiem ataku. Przeraziła go kulturowa dehierarchizacja, równanie w dół oraz pogrążenie odbiorców w ogłupiających zestandaryzowanych tekstach „sztucznej kultury”. Obawiał się on, że ta forma kultury i społeczeństwa, jaką wykształciły Stany Zjednoczone, zdominuje w przyszłości także inne społeczeństwa, w tym brytyjskie<sup>123</sup>.

Podobnie krytyczny stosunek do amerykańskiego społeczeństwa i kultury wyrażał holenderski historyk Johan Huizinga. Dwie jego książki, *Mensch en menigte in Amerika* (1918) i napisana kilka lat później, po powrocie z Ameryki *Amerika levend en denkend* (1926), „pogłębiły europej-

<sup>120</sup> R.W. Rydell, R. Kroes, *op. cit.*, s. 151.

<sup>121</sup> M. Arnold, *Culture and Anarchy*, [w:] *The Complete Prose Works of Mathew Arnold*, vol. 5: *Culture and Anarchy with Friendship's Garland and Some Literary Essays*, ed. R.H. Super, University of Michigan Press, Ann Arbor 1965, s. 245.

<sup>122</sup> M. van Elteren, *Americanism and Americanization. A Critical History of Domestic and Global Influence*, McFarland and Co., Jefferson 2006, s. 9.

<sup>123</sup> D. Strinati, *op. cit.*, s. 32.



ski pesymizm na temat życia w Ameryce i jego umotywowania w kulturze masowej”<sup>124</sup>. Wydaje się jednak, że o ile u Arnolda największe obawy budziła utrata uprzywilejowanej pozycji, u Leavisa – miałość i głupota amerykańskiej kultury popularnej, o tyle Huizinga najbardziej obawiał się amerykańskiej nowoczesności, umaszynowania wszystkiego na ogromną skalę, ponieważ produkcja masowa i przemysł maszynowy oznaczały dla niego kulturowe zubożenie<sup>125</sup>. Dostrzegał też zagrożenie płynące z rodzącej się kultury konsumpcji, w której dobra konsumenckie zastępują relacje międzyludzkie. Kino widział jako propagatora tanich gustów, który dodatkowo może uzależniać widzów, pozbawiając ich intelektualnej możliwości czerpania z innych, bardziej wysublimowanych form kultury. To, co budziło największą troskę Huizingi, to sztuczność amerykańskiej kultury popularnej wynikająca z jej „zinstrumentalizowanego” charakteru oraz świadomość, że zmiany wywołane wpływami tej kultury są nieuniknione<sup>126</sup>.

Zmechanizowanego i bezdusznego świata obawiali się także Francuzi. Georges Duhamel dokonał bardzo gruntownej krytyki amerykańskiego stylu życia i amerykańskiej kultury w swojej opublikowanej w 1930 roku książce *Scènes de la vie future*, twierdząc, że to maszyny ustalają rytm życia w Ameryce, a głównym celem Amerykanów jest produkcja i zysk. Duhamel widział „obywateli przyszłości jako szczęśliwych niewolników, zadowolonych z siebie brutalni, ignorantów-manipulatorów antyseptycznym, stechnicyzowanym horrorem odczłowieczonej wydajności”<sup>127</sup>. Krytyka Duhamela była skierowana przede wszystkim przeciwko mechanizacji i nadmiernej konsumpcji, której kultura była częścią. O Amerykanach pisał: „tęsknią rozpaczliwie za fotografiami, radiem, ilustrowanymi magazynami, filmami (...). Chcą je posiadać jak najszybciej (...) po to, by stać się ich pełnymi niepokoju niewolnikami”<sup>128</sup>. Główna obawa Duhamela wynikała z przeświadczenia, że model amerykański to przyszłość, która czeka również Europę i Francję. Podobne dystopijne wizje wyrastające z obserwacji Ameryki snuł André Siegfried, który mówił o „sfordyzowaniu” Ameryki.

<sup>124</sup> R.W. Rydell, R. Kroes, *op. cit.*, s. 155.

<sup>125</sup> *Ibidem*.

<sup>126</sup> *Ibidem*.

<sup>127</sup> R. Kuisel, *Seducing the French. The Dilemma of Americanization*, University of California Press, Berkeley 1993, s. 11.

<sup>128</sup> *Ibidem*.

Te wizje zmechanizowanego, odczłowieczonego społeczeństwa, którego nadrzędnym celem jest materialne, a nie duchowe bogactwo, opisywane przez francuskich intelektualistów jeszcze przed II wojną światową, ustanowiły francuski stereotyp postrzegania amerykańskiej kultury. Filmy hollywoodzkie uznano za kwintesencję amerykańskiej kultury. Francuzi atakowali amerykańskie kino, określając je „jako »przemysł« produkujący metry banalnego celuloidowego eskapizmu wyłącznie dla finansowych zysków”<sup>129</sup>.

Niemal wszystkie krytyczne uwagi europejskich intelektualistów wyrastają z przekonania o nieuchronności zmian oraz nieodwracalności obserwowanych procesów. Kultura amerykańska reprezentuje w ich przekonaniu wszystko to, czego nie znają, co jest dziwne, bo nowe, a dodatkowo zagraża ich eksperckiej, uprzywilejowanej pozycji społecznego autorytetu. Jest w tych wypowiedziach strach przed technologią i demokratycznym społeczeństwem. Z jednej strony swoimi postawami przypominają oni egipskich kapłanów, zazdrośnie strzegących wiedzy, która daje im władzę, z drugiej – całkiem świadomych swoich braków intelektualistów, którzy zdają sobie sprawę z tego, że wkrótce ich kompetencje nie wystarczą do wskazywania ludziom drogi rozwoju. Jest też strach przed rewoltą, może nawet rewolucją, w wyniku której to tłuszcza będzie miała głos, rewolucją, którą amerykańska kultura na przełomie wieków zwiastowała. Obawy przed nowym i nieznanym, nieprzewidywalnym, a jednocześnie tak intensywnym i dynamicznym.

## 2. AMERYKANIE W EUROPIE

Jak już wspominaliśmy, obecność ekonomiczną Ameryki Europejczycy odczuwali już od co najmniej połowy XIX wieku, kiedy to rozwinął się zmechanizowany system produkcji, który pozwalał produkować dużo i tanio. W Europie pojawiły się amerykańskie maszyny rolnicze, maszyny do szycia i do pisania, aparaty fotograficzne, pasta do zębów i pakowana żywność.

---

<sup>129</sup> *Ibidem*.

Jeszcze przed I wojną światową Amerykanie zaczęli inwestować w Europie, takie firmy jak Westinghouse, Singer, American Tabacco czy General Electric budowały w Europie swoje oddziały. Po wojnie ten trend zaczął się dynamizować. Amerykanie budowali nowoczesne, bardzo wydajne fabryki, a powstałe w nich produkty sprzedawali Europejczykom: Ford, DuPont, General Motors miały swoje fabryki i przedstawicielstwa w niejednym europejskim kraju. Za biznesem przyszli ludzie, coraz więcej Amerykanów pojawiało się w Londynie, Rzymie, Paryżu czy Berlinie, na chwilę lub na dłużej<sup>130</sup>. „W wieku XIX może około 30 tysięcy w większości bogatych Amerykanów corocznie odbywało wielką wyprawę, by zobaczyć europejskie pałace, katedry, galerie sztuki i pomniki historii. W latach 20. XX wieku przeciętnie 250 tysięcy amerykańskich turystów, biznesmenów, imigrantów rokrocznie przybywało do Europy. Większość z nich bardziej przyciągała siła nabywczą dolara (...) niż artefakty kultury Starego Świata”<sup>131</sup>.

Ponieważ Amerykanie tworzyli dość liczną społeczność, powstawały też rozmaitego rodzaju instytucje formowane na wzór amerykański: kluby sportowe, szkoły, kliniki, kościoły, tak aby Amerykanie mogli poczuć się jak w domu. Europejczycy wobec wszechobecności amerykańskiego biznesu, instytucji i wreszcie samych Amerykanów odczuwali spory dyskomfort. Biznes zagrażał firmom rodzimym, instytucje w niczym nie przypominały tych, do których przywykli Europejczycy, zaś sami Amerykanie byli „głośnymi, aroganckimi, prowincjonalnymi materialistami”<sup>132</sup>. Z drugiej zaś strony ich zaawansowany technologicznie, nowoczesny biznes oraz kultura i styl życia nie pozostawiały wątpliwości Europejczykom, nawet tym najbardziej krytycznie nastawionym, że Ameryka oznacza nowoczesność, a amerykanizacja nie jest jedynie trendem, jak chciał William T. Stead, lecz rzeczywistością i jedyną opcją na przyszłość. Nie brakowało Europejczyków, którzy Ameryką byli zachwyceni, podziwiając jej dynamiczny rozwój, efektywną gospodarkę, demokratyczne społeczeństwo. Sympatię do Ameryki budziły także wyobrażenia Europejczyków o tym kraju, większość wszak nie była na Nowym Kontynencie, nie widziała

<sup>130</sup> R. Pells, *op. cit.*, s. 10.

<sup>131</sup> *Ibidem*.

<sup>132</sup> *Ibidem*, s. 11.

przyszłości na własne oczy, lecz tworzyła wyobrażenia na podstawie tego, co przeczytała, zobaczyła czy usłyszała. Wyobrażenia o Ameryce tworzone także na podstawie amerykańskiej kultury popularnej. Jeszcze w XIX wieku do Europy docierały rozmaite teksty amerykańskiej kultury popularnej: *dime novels*, tabloidy czy wspomniane *Wild West Shows*, będące esencją hiperrzeczywistej amerykańskiej kultury – bardzo widowiskowe, realizowane z rozmachem, bardzo emocjonalne i gigantyczne. To one, wraz z popularną amerykańską literaturą, były odpowiedzialne za zbudowanie mitu amerykańskiego Dzikiego Zachodu.

Lata po I wojnie światowej to również rozwój technologii komunikacyjnej. Radio, które przed wojną było eksperymentalnym środkiem komunikacji, w kilka lat po niej stało się medium masowym. Amerykańskie firmy z powstałą w 1919 roku Radio Corporation of America na czele również zaczęły dominować tę formę przekazu. Radio oraz gramofon stały się dystrybutorami kolejnego produktu amerykańskiej kultury, który Europejczycy pokochali – muzyki. Muzyki innej niż ta grana w Europie, mającej posmak egzotyki, a jednocześnie dającej możliwości ekspresji rozmaitych emocji. Blues, a przede wszystkim jazz zachwyciły Europejczyków – radio, gramofony i występy jazzmanów na żywo, jazzowe kluby, tańce i specyficzna atmosfera, którą ta muzyka budowała. W Londynie, Paryżu, Berlinie, Warszawie – jazz był grany i słuchany w całej Europie, a wielcy amerykańscy muzycy, jak Louis Armstrong czy Duke Ellington, podróżowali po Europie ze swoimi koncertami. Jazz przełamał także niechęć europejskich elit do amerykańskiej kultury, „szczególnie zachwycił europejskich intelektualistów i samowolnych przedstawicieli awangardy, dla których jazz symbolizował amerykański kult eksperymentu, improwizacji i wszystkiego, co nowe i innowacyjne”<sup>133</sup>.

Jednak jeśli chodzi o popularność i siłę oddziaływania, żadna forma amerykańskiej kultury popularnej nie mogła mierzyć się z kinem, które choć oficjalnie zaczęło się w Europie, to w Stanach Zjednoczonych rozwinęło swoją najbardziej perswazyjną formę, a producenci filmowi stworzyli najbardziej wyszukane formy marketingu i promocji swoich produktów, dzięki czemu w krótkim czasie zdominowali wyobraźnię milionów ludzi

---

<sup>133</sup> *Ibidem*, s. 14.

na całym świecie, zarabiając przy tym miliardy dolarów. Fabryki w Hollywood, zbudowane w przeważającej większości przez żydowskich imigrantów z Europy Wschodniej, sprzedawały wizję Ameryki, jaką ci imigranci sami chcieli widzieć i jaka działała na wielokulturową publiczność w samych Stanach Zjednoczonych. Amerykańskie kino niemie, a później dźwiękowe zdominowało europejskie rynki. W drugiej połowie lat 20. 95% filmów pokazywanych w Wielkiej Brytanii, 85% w Holandii, 70% we Francji, 65% we Włoszech, a 60% w Niemczech było wyprodukowanych w Stanach Zjednoczonych<sup>134</sup>.

Takie statystyki świadczą o tym, że kino hollywoodzkie było autentycznym zagrożeniem dla narodowych kinematografii, które rzeczywiście coraz gorzej sobie radziły. Rządy wielu europejskich krajów, dostrzegając to niebezpieczeństwo, próbowały interweniować poprzez wprowadzanie odpowiednich ustaw ograniczających obecność amerykańskich filmów, a promujących produkcje rodzime. W tej walce chodziło nie tylko o finansową dominację, lecz również o obronę narodowej tożsamości, specyfiki lokalnej tematyki czy poetyki filmów.

Przykład filmu najwyraźniej pokazuje sprzeczności, jakie towarzyszyły obecności kultury amerykańskiej w Europie. Z jednej strony pożądana i konsumowana przez niższe warstwy społeczeństwa, z drugiej krytykowana przez zniesmaczone jej pospolitością i złym gustem elity, które czasami, może nie bez wstydu, ale z niewątpliwą przyjemnością poddawały się jej czarowi. Z jednej strony zapraszana przez rządy i organizacje, bo obecność amerykańskich korporacji i dystrybucja ich produktów oznaczała dochody dla państwa, z drugiej te same państwa i organizacje są przerażone wpływem, jaki amerykańska kultura wywiera na lokalną kulturę i tradycję. Reinhold Wagnleitner zauważa, że „liberalny uniwersalizm Made-in-America zawsze walczył z lokalnymi tradycjami, dlatego w spotkaniach z kulturą amerykańską możemy mówić o związkach antykulturowych”<sup>135</sup>.

Ta antykulturowość amerykańskiej kultury, podobnie zresztą jak jej zawłaszczanie i przyswajanie, nie była nigdy taka sama we wszystkich

---

<sup>134</sup> R. Wagnleitner, *Coca-Colonization and the Cold War. The Cultural Mission of the United States in Austria after the Second World War*, University of North Carolina Press, Chapel Hill 1994, s. 232.

<sup>135</sup> *Ibidem*, s. 47.

krajach. Lokalna specyfika, zdeterminowana właśnie tradycją i historią, nadawała jej inną formę lub przejąwszy formę, napełniała swoimi bardzo różnymi treściami.

W każdym z omawianych krajów amerykańska kultura popularna była obecna już przed wojną – jazz w rozmaitych odmianach, kino hollywoodzkie, a także liczne i bardzo rozmaite produkty konsumpcyjne, od samochodów poczynając, a na środkach czystości skończywszy. Wiele wynalazków powstałych w Ameryce było dystrybuowanych czy nawet wytwarzanych w Europie, a te z kolei ułatwiały, a więc zmieniały życie Europejczyków – niewątpliwie samochód w wersji fordowskiej, czyli dostępny nie tylko dla najbogatszych, zmienił styl życia całych społeczeństw.

Dzięki filmom Europejczycy poznali to, co określamy mianem amerykańskiego stylu życia. Oswoili się z wizerunkami Ameryki, fakt, że głównie wytworzonymi w filmowych wytwórniach Los Angeles, ale właśnie siła wizerunku, a nie rzeczywistość ma tu kluczowe znaczenie. Film lansował modę nie tylko na garderobę czy fryzurę, ale też typy kobiecości – wiktoriański typ prostej dziewczyny, kobiety wampa czy *flapper girl*<sup>136</sup> – i męskości – zawadiaki, latynowskiego kochanka czy twardziela. Nowa muzyka w konsekwencji wprowadziła też nowe formy rozrywki, na przykład nowe tańce czy nowe formy obcowania z muzyką – kluby jazzowe. To I wojna światowa przywiodła do Europy Amerykanów, z których wielu zostało tu na dłużej, i ich kulturę, która dzięki postępowi technicznemu mogła zyskać wymiar masowy, choć wydaje się, że wciąż postrzegany jako pewien rodzaj egzotyki i nowości.

Po II wojnie światowej Stany Zjednoczone z jednej strony zostały postawione przez państwa europejskie, zrujnowane wydarzeniami wojennymi, na pozycji organu nadzorującego przywracanie ładu. Z drugiej strony Amerykanie sami chętnie tę pozycję przyjęli, mając świadomość możliwo-

---

<sup>136</sup> *Flapper girl* – nowy typ kobiecości, wylansowany przez Coco Chanel, odzwierciedlający zmiany społeczne wywołane feminizmem. W swoim wizerunku flappers, zwane po polsku chłopczycami, odrzucały dotychczasowe atrybuty kobiecego wizerunku: długie suknie, wąskie, spętane gorsetami talie, długie włosy. Nosily krótkie fryzurki i krótkie, luźne sukienki, nawiązując w ten sposób do męskiego wyglądu, a poprzez wygląd aspirując do męskich przywilejów. Chłopczycy były bardzo wyzwolone w kwestii relacji damsko-męskich i stylu życia. Palily papierosy, piły mocne alkohole i słuchały jazzu. Były też zdecydowanie bardziej niezależne. Stworzona w Europie flapper sławę zdobyła w Stanach Zjednoczonych dzięki amerykańskim gwiazdom filmowym.

ści budowania wpływów politycznych, otwierania rynków dla amerykańskiego biznesu i wreszcie przekonania, że zakończenie II wojny światowej oznacza także kres sojuszu z ZSRR. Bardzo szybko miało się okazać, że fundamentalna rozbieżność interesów obu mocarstw doprowadziła do otwartej rywalizacji politycznej, ideologicznej i ekonomicznej, która zdecydowała stosunki międzynarodowe w kolejnych dekadach. W związku z tym administracja waszyngtońska przygotowała dla wszystkich krajów Europy Zachodniej wiele programów, których celem było monitorowanie lokalnych aktywności obywateli i promowanie amerykańskich wartości, demokracji oraz amerykańskiej kultury. Intensywność i zakres tych programów były różne w różnych krajach. Zależało to od oceny sytuacji, na przykład określenia zagrożenia danego społeczeństwa komunizmem oraz zmian, jakie powinny być wprowadzone. Stąd też na przykład w Wielkiej Brytanii, gdzie zagrożenie komunizmem uznano za niskie, amerykańskie programy rządowe były prowadzone na zdecydowanie mniejszą skalę niż w Niemczech, które według aliantów wymagały całkowitej reedukacji, zaś odbudowa życia narodu niemieckiego „na demokratycznych i przyjacielskich podstawach”<sup>137</sup> wiązała się z potrzebą dostarczania nowych wzorców, wartości i zasad współżycia społecznego, a ich naturalnym źródłem miały się okazać wzorce amerykańskie.

W konsekwencji uznania zagrożenia komunizmem radzieckim za kluczowe wyzwanie dla polityki USA kierownictwo amerykańskie przyjęło doktrynę powstrzymywania komunizmu (*containment*) jako główną zasadę amerykańskiej polityki zagranicznej. Znalazła ona wyraz w ogłoszonej w 1947 roku doktrynie Trumana. Stany Zjednoczone podjęły w tym okresie szereg działań zmierzających do skonsolidowania świata zachodniego w obliczu narastającej presji radzieckiej. Najważniejszymi inicjatywami tego okresu były plan Marshalla i NATO. Plan Marshalla odegrał kluczową rolę we wzmocnieniu pozycji Stanów Zjednoczonych w Europie. Był to zatwierdzony przez Kongres Stanów Zjednoczonych 3 kwietnia 1948 roku program ekonomicznej pomocy dla Europy (European Recovery Program), którego celem było przeciwstawienie się komunizmowi po-

<sup>137</sup> Zapis z deklaracji poczdamskiej zob.: *Mitteilung über die Dreimächtekonferenz von Berlin*, DocumentArchiv, [online] <http://www.documentarchiv.de/in/1945/potsdamer-abkommen.html>, dostęp: 18 III 2015.

przez odbudowę gospodarek państw europejskich. Sam George Marshall zaprzeczał wprowadzić, twierdząc, że program nie jest wymierzony przeciwko żadnemu krajowi czy ideologii, a jego celem jest wyłącznie walka z „głodem, ubóstwem, rozpaczą i chaosem”<sup>138</sup>, choć tak naprawdę eskalacja zimnowojenna utwierdziła Amerykanów w przekonaniu, że w zrujnowanej gospodarczo Europie nastąpił wyraźny wzrost nastrojów lewicowych i krytyka kapitalizmu, które sprzyjały sukcesom wyborczym partii komunistycznych. Wyniki wyborów we Francji i Włoszech potwierdzały tę niepokojącą Amerykanów diagnozę<sup>139</sup>. U podstaw planu Marshalla leżały zatem zarówno przyczyny natury ekonomicznej (potrzeby gospodarki amerykańskiej), jak i politycznej<sup>140</sup>.

Plan wszedł w życie tego samego dnia, w którym został uchwalony, po podpisaniu przez prezydenta Stanów Zjednoczonych Harry’ego Trumana. Przyznana pomoc w wysokości 17 miliardów dolarów miała zostać rozdzielona między kraje europejskie. Zaproponowano ją również Związkowi Radzieckiemu i jego państwom satelitarnym, w tym Polsce, lecz Moskwa odmówiła przyjęcia pomocy i zakazała podległym sobie krajom tę pomoc przyjmować. Najbardziej na pomocy Amerykanów skorzystały Wielka Brytania, Włochy, Niemcy i Francja. W ramach planu Marshalla działało wiele inicjatyw podobnych do tych, które Stany Zjednoczone podejmowały po I wojnie światowej, tyle że działalność ta miała charakter zdecydowanie bardziej intensywny. I tak na przykład w Wielkiej Brytanii Anglo-American Council on Productivity propagowała nowoczesne metody pracy, a przysyłani ze Stanów eksperci pomagali odbudowywać i modernizować europejski przemysł. Wielu Europejczyków z kolei wyjeżdżało do Stanów, by tam podglądać i uczyć się wypracowanych i sprawdzonych w USA metod zarządzania i organizacji pracy. Ta wymiana myśli i kapitału ludzkiego sprawiła, że wiele amerykańskich koncepcji czy rozwiązań zostało przyjętych w Europie.

---

<sup>138</sup> „Our policy is not directed against any country, but against hunger, poverty, desperation and chaos”. Z przemówienia George’a Marshalla wygłoszonego na Uniwersytecie Harvarda 5 czerwca 1947 roku, zob.: *The Marshall Plan Speech*, The George C. Marshall Foundation, [online], <http://marshallfoundation.org/marshall/the-marshall-plan/marshall-plan-speech/>, dostęp: 18 III 2015.

<sup>139</sup> J. Holzer, *Europa zimnej wojny*, Znak-ISP PAN, Kraków 2012, s. 96-110.

<sup>140</sup> K. Michałek, *Mocarstwo. Historia Stanów Zjednoczonych Ameryki, 1945-1992*, Książka i Wiedza, Warszawa 1995, s. 44-59.



Ważnym obszarem amerykańskich wpływów kulturowych w powojennej Europie była kultura młodzieżowa, która powstała ze sprzężenia dwóch sił: potrzeb i oddolnej kreatywności młodych Amerykanów oraz sprawnie działającego przemysłu kulturowego. W powojennych Stanach Zjednoczonych młodzi weterani wojenni, sfrustrowani, okaleczeni psychicznie, czuli się niezrozumiani i społecznie zbędni. Zagubieni w nowej rzeczywistości, najlepiej czuli się w towarzystwie podobnych sobie frustratów i zaczęli łączyć się w osobliwe grupy wsparcia, zwane gangami motocyklowymi, właśnie motocykle czyniąc obiektem fascynacji, a jednocześnie bardzo wyrazistym atrybutem buntu, bronią przeciwko establishmentowi. Te nowo powstałe kluby nosiły dziwne, często budzące trwogę nihilistyczne nazwy: Boozefighters czy Satan's Sinners. Wydarzenia z lipca 1947 roku, które rozegrały się w Hollister<sup>141</sup>, wstrząsnęły całą Ameryką i stały się bezpośrednią inspiracją dla twórców filmu *Dziki* (1953) w reżyserii László Benedeka. Z postacią Johnny'ego, zagranego przez Marlona Brando, utożsamiali się nie tylko Amerykanie, ale także młodzi Europejczycy.

Gdy pojawił się rock'n'roll, wielu młodych ludzi pochodzących z klasy robotniczej połączyło pewne atrybuty wyglądu i stylu życia członków gangów motocyklowych z modą prezentowaną przez gwiazdy rockandrolowej sceny i tak na początku lat 50. narodziła się subkultura greasers, których nazwa pochodzi od misternie układanej na rozmaitych pomadach i brylantynach fryzury, tej samej, jaką nieco później nosili brytyjscy teddy boys, niemieccy Halbstarken, polscy bikiniarze czy inni młodzi mężczyźni, którym ten wizerunek i wartości były bliskie. Dla greasers niezwykle ważna była konsumpcja, przejawiająca się przede wszystkim poprzez dbałość o odpowiedni wygląd, na który składały się podstawowe elementy garderoby: dżinsy, najlepiej Levi's, biały podkoszulek z rękawami tak zawiniętymi, aby widać było umięśnione, lecz nie przerośnięte męskie ramiona, czarna skórzana kurtka<sup>142</sup> oraz odpowiednie buty. Zarówno w Stanach

<sup>141</sup> Od 4 do 6 lipca 1947 roku Hollister, niewielkie, rolnicze miasteczko w Kalifornii, zostało najechane przez, jak podawały media, około 4000 członków motocyklowych klubów. Doszło wtedy do zamieszek z mieszkańcami i z policją, kilkudziesięciu uczestników imprezy zostało aresztowanych, odnotowano mniej więcej tyle samo uszkodzeń ciała, w tym kilka ciężkich.

<sup>142</sup> Początkowo były to kurtki wojskowe, potem przemysł amerykański wypuścił na rynek odpowiednie, spełniające oczekiwania młodzieży kurtki cywilne.

Zjednoczonych, jak i w Europie rock'n'roll czy kultura *outlaw* służyły do wyrażania buntu młodzieży, głównie pochodzącej z klasy robotniczej.

Przyjrzyjmy się zatem różnym formom spotkań Europejczyków z amerykańską kulturą popularną, co pozwoli nam stworzyć pewien kontekst polskich spotkań z tym fenomenem.

### 3. WIELKA BRYTANIA – WSPÓŁPRACA.

#### W KIERUNKU SYMETRYCZNYCH RELACJI

Ze względu na bliskość kulturową ze Stanami Zjednoczonymi: historyczne więzi, anglosaskie korzenie kultury amerykańskiej i wspólny język, Wielka Brytania od zawsze była najbardziej podatna na wpływy amerykańskie, które jednak nie budziły tam bardzo gorących emocji. Tym bardziej że transfer kulturowy odbywał się w obydwie strony.

Problem oswojenia się elit z amerykańską kulturą popularną zaczął się już w wieku XIX i był obecny w dyskusjach najczęściej dość konserwatywnych elit, obawiających się modernizacji, z którą Ameryka była kojarzona i która, jakkolwiek by życia nie ułatwiała, zawsze budziła strach i nieufność. Obawiano się również zatracenia odrębności i swoistości kultury elitarnej, której zagrażała amerykańska kultura popularna. Pewne niepokoje budziła też potęga Stanów, które wyparły Wielką Brytanię z jej niekwestionowanej jeszcze w XIX wieku pozycji czołowego mocarstwa światowego. Jeśli zaś chodzi o obecność kultury amerykańskiej w Wielkiej Brytanii, to lata powojenne jedynie usankcjonowały i zintensyfikowały to, co od przełomu wieków dawało się już silnie na Wyspach odczuć – obecność amerykańskich produktów konsumpcyjnych i amerykańskiej kultury popularnej, tyleż krytkowanej przez obrońców brytyjskości, przedstawicieli intelektualnych elit, co bezkrytycznie pochłanianej przez niższe warstwy społeczeństwa.

Przed II wojną światową amerykańskie kino było na Wyspach niezwykle popularne, najpierw nieme, potem dźwiękowe. Ze względu na brak bariery językowej Wielka Brytania była naturalnym i największym europejskim rynkiem zbytu dla hollywoodzkich wytwórni. Brytyjczycy dość wcześnie zaczęli się bronić przed amerykańską dominacją rynku,

wprowadzając w 1927 roku ustawę<sup>143</sup> regulującą rynek filmowy poprzez system kwot.

Dla zachowania symetryczności relacji do Stanów Zjednoczonych eksportowano sporo produkcji brytyjskich, a te dobrze radziły sobie na rynku amerykańskim. Znakomitym przykładem jest tutaj postać Aleksandra Kordy, reżysera węgierskiego pochodzenia, który rozpoczął karierę w USA, gdzie w latach 1927-1932 wyreżyserował 17 filmów. W 1932 roku osiedlił się w Londynie i oprócz reżyserowania filmów zaczął je także produkować. Jego pierwsza wytwórnia, The London Films, wypuściła wiele produkcji, które dystrybuowano również na rynku amerykańskim, a *Prywatne życie Henryka VIII* (1933) wyreżyserowane przez Kordę dostało nominację do Oscara. Korda, który będąc w Hollywood, zobaczył, jak działa system wytwórni, wiele z niego przeniósł do swojej londyńskiej firmy, mimo że sam jako twórca źle ten system znosił. Jego kolejna wytwórnia, założona w 1936 roku Denham Film Studios, sfinansowana przez brytyjskie towarzystwo ubezpieczeniowe Prudential, miała na celu stworzenie realnej przeciwwagi dla produkcji amerykańskich, ich dystrybucji na rynku brytyjskim, jak również obecności amerykańskich wytwórni w Wielkiej Brytanii, które rejestrując się jako podmioty brytyjskie, mogły omijać zapisy kwotowych ograniczeń. Korda wspierał działania Moyne Committee, ciała powstałego w 1936 roku, które za cel wzięło sobie ochronę narodowej kinematografii brytyjskiej. Powstałe już po wojnie kolejne przedsięwzięcie producenckie Kordy – Korda's British Lion Production Company – zasłynęło między innymi z realizacji filmów gangsterskich wzorowanych na produkcjach hollywoodzkich. Tak zwane *spiv films* były tworzone bardziej z myślą o rynku amerykańskim niż brytyjskim – chodziło o uderzenie w Amerykanów ich własną bronią i przejęcie jakiejś części amerykańskiego rynku<sup>144</sup>.

Takich przykładów obecności Brytyjczyków w Ameryce było w późniejszym okresie bardzo wiele – wystarczy przypomnieć bodaj największy

<sup>143</sup> Ustawa zwana *Cinematograph Films Act*, wprowadzona prze Parlament Brytyjski, aby zapobiec zapaści brytyjskiej kinematografii w obliczu amerykańskiej dominacji.

<sup>144</sup> H. Wilford, *Britain: In Between*, [w:] *The Americanization of Europe. Culture, Diplomacy, and Anti-Americanism after 1945*, ed. A. Stephan, Berghahn Books, New York 2006, s. 37.

atak brytyjski na wyobraźnię Amerykanów, jaką była Vivien Leigh w roli Scarlett O'Hary, głównej bohaterki amerykańskiej epopei narodowej *Przełaziła z wiatrem*, Alfreda Hitchcocka, który z sukcesem sprzedawał w Hollywood swoją brytyjskość, niezależną wytwórnię Hammer, produkującą bardzo dobre filmy gatunkowe, głównie horrory, które wypełniały wolny czas i wyobraźnię młodych Amerykanów, a dziś zyskały status kultowych, czy wreszcie późniejszą aktywność w Hollywood brytyjskich reżyserów: Tony'ego i Ridleya Scottów, Alana Parkera czy Adriana Lyne'a.

W obszarze sztuki filmowej relacje Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych charakteryzują dwie sprzeczne tendencje. Z jednej strony jest to bliska współpraca i przepływ kapitału zarówno finansowego, jak i ludzkiego w obie strony, co znów potwierdza tezę o tym, że wpływy kultury amerykańskiej należy analizować jako wymianę międzykulturową, a nie wyłącznie jednostronne oddziaływanie jednej kultury na drugą. W przypadku Wielkiej Brytanii ta interpretacja wydaje się szczególnie uzasadniona, przecież kultura amerykańska, zanim została zamerykanizowana, uległa zeuropeizowaniu, a ta europeizacja miała przede wszystkim oblicze brytyjskie. Druga tendencja to jednak, podobnie jak w innych krajach, walka o narodową tożsamość kina oraz o pieniądze, które zawsze są ważne, gdy mowa o amerykańskiej kulturze popularnej. Ta druga tendencja obrony rynku i tożsamości to regulacje rządowe i wprowadzanie kolejnych ustaw ograniczających mniej lub bardziej wpływy Amerykanów oraz próby określenia istoty brytyjskości w kinie. Definiowano ją poprzez większe przywiązanie do realizmu – dokument zaangażowany społecznie, promujący wartości wspólnotowe, w opozycji do kina spektaklu, gwiazd i promowania indywidualizmu<sup>145</sup>. Realizacją tej drugiej tendencji był ruch Free Cinema, powstały na fali buntu młodych filmowców przeciwko poetyce Hollywood obecnej w narodowych kinematografiach. Młodzi gniewni czerpali z estetyki kina dokumentalnego, inspirowali się włoskim neorealizmem i tematów do swych opowieści szukali nie wśród brytyjskiej klasy wyższej czy średniej, lecz w górniczych miasteczkach, w których panowała bieda, bezrobocie, szarzyzna i brak perspektyw na przyszłość. Lindsay Ander-

---

<sup>145</sup> Wilford przywołuje słynny pamflet z 1944 roku Michaela Balcona, szefa Ealing Studios, w którym dokonuje on podziału kina na kino blichtru (*cinema of tinsel*) oraz kino realizmu. *Ibidem*, s. 35.

son, Tony Richardson czy Karel Reisz nadali nowe oblicze kinu brytyjskiemu. Co znów nie przeszkadzało, aby niektórzy z nich nieco później zrobili kariery w Hollywood<sup>146</sup>.

Zupełnie inną sprawą pozostaje wpływ niektórych filmów amerykańskich na Brytyjczyków, szczególnie brytyjską młodzież, i to zjawisko wpisuje się zarówno w szerszy globalny fenomen recepcji i wpływów amerykańskiej kultury popularnej, jak i w trwającą od lat dyskusję brytyjskich elit nad zgubnym wpływem amerykańskiej kultury popularnej przede wszystkim na brytyjską klasę robotniczą, która w obcowaniu z amerykańskimi filmami czy amerykańską literaturą popularną zatracza swoje korzenie, usankcjonowane tradycją relacje społeczne i praktyki kulturowe, a przy okazji jest ogłupiana intelektualnie, moralnie i politycznie<sup>147</sup>. Alarm podniósł George Orwell, który analizując wpływ amerykańskiej powieści kryminalnej, doszedł do wniosku, że amerykańska kultura popularna zabija angielskość, tę zupełnie wyjątkową cechę, która wyróżnia mieszkańców Wysp Brytyjskich spośród wszystkich innych nacji i nie występuje nigdzie indziej. W obliczu napływu amerykańskich powieści kryminalnych nawet morderstwo nie jest już angielskie, lecz zostaje skonstruowane na podstawie amerykańskiego przepisu<sup>148</sup>.

Martwiła Orwella również utrata tożsamości angielskiej klasy robotniczej, która była obiektem troski wielu badaczy kultury, a to dlatego, że według nich to nie elity, lecz właśnie słabo wykształcona, niekompetentna kulturowo społeczność robotnicza była najbardziej podatna na wpływy amerykańskiej kultury popularnej. Wśród zatroskanych był Richard Hoggart, którego głos wyrażony w książce *The Uses of Literacy* z 1957 roku<sup>149</sup> stał się jednym z najbardziej znaczących. Podobnie jak Orwell, Hoggart obawiał się, że brytyjska klasa robotnicza utraci swoją autentyczność, wy-

<sup>146</sup> Karel Reisz w latach 70. przeprowadził się do Hollywood, gdzie wyreżyserował takie filmy, jak *Kochanica Francuza* (1981), *Słodkie marzenia* (1985), *Wszyscy wygrywają* (1990). Lindsay Anderson zrealizował w Stanach *Sierpniowe wieloryby* (1987). Tony Richardson po wielkim sukcesie *Toma Jonesa* (1963), nagrodzonego czterema Oskarami, dzielił swój czas między Wielką Brytanię i Stany, realizując za Atlantykiem takie filmy, jak *Na granicy* (1982) czy *Hotel New Hampshire* (1984).

<sup>147</sup> H. Wilford, *op. cit.*, s. 31.

<sup>148</sup> G. Orwell, *The Decline of the English Murder, and Other Essays*, Penguin Books, Harmondsworth 1965.

<sup>149</sup> R. Hoggart, *Spojrzenie na kulturę robotniczą w Anglii*, tłum. A. Ambros, PIW, Warszawa 1976, *Biblioteka Myśli Współczesnej*.

rosłą z tradycji, prawdziwych wartości, ważności rodziny i wspólnoty, które określały też formy spędzania czasu wolnego i rozrywki.

Hoggart usiłował ukazać, w jaki sposób tradycyjna i ściśle powiązana społeczność klasy robotniczej stawiała się tym, co nazywa on „połykliwym barbarzyństwem”. (...) Połykliwe barbarzyństwo wiąże się dla Hoggarta z kulturą masową i amerykanizacją. W szczególności skupił się on na manipulacyjnym i eksploatacyjnym wpływie na młode pokolenie klasy robotniczej filmów hollywoodzkich, tandetnych i brutalnych powieści kryminalnych, barów mlecznych oraz muzyki z szaf grających<sup>150</sup>.

Ta „nowa sztuka masowa (...) wabiąc robotników, sprawia, że ztracają oni tożsamość i własną kulturę na rzecz trywialnego świata cukrowej waty, fałszywego blasku połykliwego barbarzyństwa, przenoszonego do nich przez Atlantyk”<sup>151</sup>. Hoggart tak opisuje zamerykanizowane zachowania młodych Brytyjczyków, bywalców koktajlbarów:

większość klientów stanowią chłopcy między piętnastym a dwudziestym rokiem życia, pozujący na amerykańską niedbałość, w luźnych marynarkach o szerokich klapach, w szerokich spodniach i krawatach w obrazki. Większość z nich nie może sobie pozwolić na kilka mlecznych koktajli z rzędu, zamawiają więc filiżankę herbaty i przez godzinę lub dwie – a to jest główny cel przyścia – pchają miedziaka za miedziakiem w automatyczny gramofon elektryczny. (...) Niektóre melodie łatwo wpadają w ucho, wszystkie zostały odpowiednio przygotowane do prezentacji, tak że charakteryzuje je aktualnie popularny rytm. (...) Młodzieńcy podrzucają jedno ramię albo spoglądają tragicznie jak Humphrey Bogart z wysokości stołków barowych<sup>152</sup>.

Słuchając muzyki z grającej szafy i popijając koktail mleczny lub herbatę, ci młodzi ludzie wydawali się przenosić w inny świat, „mityczny świat składający się z kilku prostych elementów, które oni biorą za elementy amerykańskiego życia”<sup>153</sup>.

<sup>150</sup> D. Strinati, *op. cit.*, s. 35.

<sup>151</sup> *Ibidem*.

<sup>152</sup> R. Hoggart, *op. cit.*, s. 312-313, cyt. za: D. Strinati, *op. cit.*, s. 35-36.

<sup>153</sup> R. Hoggart, *op. cit.*, s. 313, cyt. za: D. Strinati, *op. cit.*, s. 36.

Hoggart wydaje się bardziej koncentrować na tym, co młodzi ludzie tracą, gdy konsumują namiastkę amerykańskiej kultury. Inne spojrzenie daje Jerry White, analizując życie i kulturę Campbell Bunk – ulicy w Islington w północnym Londynie, mającej bardzo złą reputację ze względu na chuligańskie wybryki i dość nieokrzesanych mieszkańców wywodzących się z klasy robotniczej. White tak opisuje wpływ, jaki na młodzież z Campbell Road miało amerykańskie kino:

Filmy amerykańskie przedstawiały bohaterów i bohaterki inaczej niżli ich brytyjskie odpowiedniki. Czar i siła oddziaływania filmów w rodzaju *Mały Cezar* (z Edwardem G. Robinsonem, 1930), *Wróg publiczny nr 1* (z Jamesem Cagneyem, 1931), *Człowiek z blizną* (z George'em Raftem, 1932) pomagały robotniczym dzieciom widzieć siebie raczej jako bohaterów niż widzów, raczej jako podmioty niż przedmioty. Zadaptowany amerykański akcent, ubiór i maniere, które wielu krytyków uważało za bezwolne naśladownictwo nowej kiczowatej kultury, można zinterpretować całkiem inaczej. Ten zapożyczony styl był całkowicie świadomym utożsamieniem się widzów z bardziej demokratycznym dyskursem niż ten, który mogło zaoferować społeczeństwo brytyjskie<sup>154</sup>.

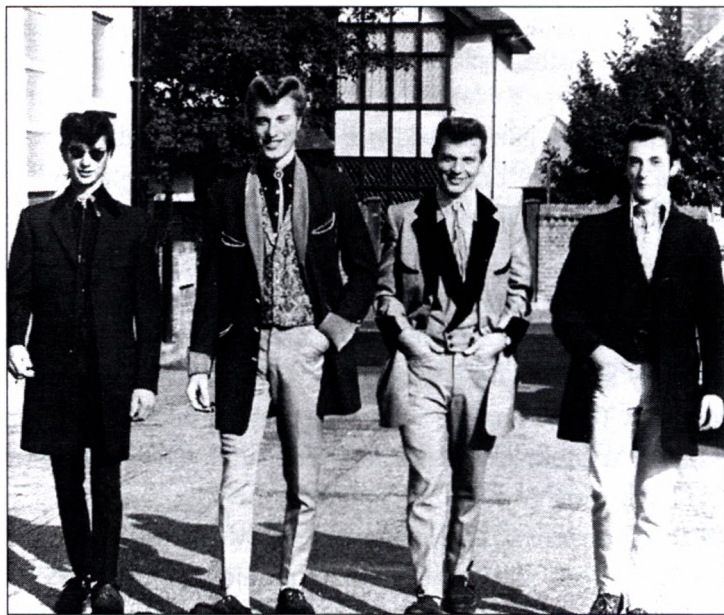
Inspiracja kinem gangsterskim z jednej strony, z drugiej zaś modą wylansowaną po wojnie przez krawców ze słynnej Savile Row dla mężczyzn pochodzących z klas wyższych, a nawiązującą do czasów panowania Edwarda VII (1901-1910), tzw. stylu edwardiańskiego, którego podstawowymi elementami były długa marynarka (żakiet angielski), wąskie spodnie, wyszukana kamizelka oraz zwykłe skórzane buty na nieco grubszej podeszwie – stały się bazą do stworzenia charakterystycznego stylu brytyjskiej młodzieży. Ten styl najpierw chętnie przyjęli młodzi przedstawiciele klas wyższych, arystokraci, a także studenci dobrych uniwersytetów, ponieważ był bardzo strojny, jakby przesadzony, wręcz campowy i zupełnie niepasujący do surowości, jaka panowała w powojennej Wielkiej Brytanii za rządów Partii Pracy<sup>155</sup>. Wkrótce jednak przejęli go, nieco go modyfiku-

<sup>154</sup> J. White, *The Worst Street in North London Campbell Bunk, Islington, between the Wars*, Routledge-Kegan Paul, London 1986, s. 166, *History Workshop Series*, cyt. za: D. Strinati, *op. cit.*, s. 38.

<sup>155</sup> T. Jefferson, *Cultural Responses of the Teds: The Defence of Space and Status*, [w:] *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-war Britain*, eds. S. Hall, T. Jefferson, Hutchinson, London 1976, s. 69.

jąc, Anglicy ze środowisk robotniczych. Głównym zajęciem tych młodych ludzi, zwanych wtedy, pod koniec lat 40. i na początku 50., edwardians, były spotkania, włóczenie się po mieście i bywanie w koktajlbarach, w których słuchali muzyki z szaf grających, To o nich pisał Hoggart w swoim słynnym opracowaniu. Muzyka była również niezwykle ważna, głównie jazz, blues czy woogie. Tańczono takie tańce, jak charleston, hokey pokey i bardzo popularny creep. Niewątpliwie więc amerykańska kultura odegrała ważną rolę w tej osobliwej, najpierw londyńskiej, a wkrótce także całej brytyjskiej subkulturze.

Co ważne jednak, początki i inspiracje nie były wyłącznie amerykańskie, a wręcz rdzennie brytyjskie. Subkultura edwardian boys, zwana również cosh boys, w roku 1953 została nazwana w nagłówku „Daily Express” określeniem teddy boys i w historii brytyjskiej kultury jest uznawana za pierwszą wyraźną formację kultury młodzieżowej. Kenneth Coutts-Smith nazywa teddy boys „bohema klasy robotniczej”<sup>156</sup>.



3. Brytyjscy teddy boys, charakterystyczny wygląd: fryzura w „kaczy kuper”, długie marynarki, kamizelki i buty na słoninie

<sup>156</sup> K. Coutts-Smith, *The Dream of Icarus*, Hutchinson, London 1970, s. 140.



Mylne są twierdzenia, że teddy boys pojawili się jako konsekwencja wejścia na rynek brytyjski rock'n'rolla, choć bardzo szybko tę właśnie muzykę uznali za swoją. Pojawili się jednak znacznie wcześniej i według Dicka Habdige'a są fenomenem rdzennie brytyjskim, choć korzystającym, ale bardzo świadomie, z amerykańskiej kultury popularnej<sup>157</sup>. Na koncertach czy projekcjach filmów takich jak *Blackboard Jungle* reagowali bardzo żywiołowo, zaś Bill Haley & His Comets byli niewątpliwymi inicjatorami rockandrollowego szaleństwa w Wielkiej Brytanii<sup>158</sup>. Sami teddy boys uznani zostali przez Brytyjczyków za chuliganów, kłopotliwych i agresywnych, zresztą drobne kradzieże, bójk i rozboje, szczególnie po koncertach czy seansach filmowych z ich udziałem, przydarzały się bardzo często.

Część przedstawicieli teddy boys na przełomie lat 50. i 60. zmieniła nieco swój wizerunek, stając się podstawą nowej formacji subkulturowej, tzw. rockersów, którzy inspirowani filmami *Buntownik bez powodu* (1955) w reżyserii Nicholasa Raya z pamiętną rolą Jamesa Deana oraz wspomnianym już obrazem *Dziki* (1953), zamiast eleganckich, szytych na miarę garniturów w stylu edwardiańskim założyli dżinsy, podkoszulki i skórzane kurtki. Ponieważ czas końca lat 50. i początku 60. to także okres zdecydowanego podniesienia poziomu życia i zarobków tych młodych robotników, większość z nich posiadała również motocykle, a szeroko rozumiana kultura motocyklowa uzupełniła ich dotychczasowe aktywności kulturowe.

Zarówno teddy boys, jak i rockersi czerpali z amerykańskiej kultury popularnej, ale były też takie subkultury młodzieży pochodzącej z klasy robotniczej, które tę kulturę kontestowały, szukając inspiracji raczej w kulturach europejskich: francuskiej czy włoskiej. Słuchali wprawdzie amerykańskiej muzyki, tyle że bardziej wyszukanych gatunków, jak na przykład soul lub cool jazz. Nosili znakomicie skrojone moherowe garnitury, koszule z okrągłymi kołnierzykami, bardzo schludne włosy, a niektórzy nawet swoim wyglądem przekraczali prowokacyjnie pewne konwencje determinowane płcią kulturową i używali kobiecych kosmetyków do makijażu, kredek i cieni do oczu. Inspirowali się również wyglądem aktorów z francuskich filmów nowofalowych. Poruszali się nie na mo-

<sup>157</sup> D. Hebidge, *Subculture. The Meaning of Style*, Routledge, London 2003, s. 82, *New Accents*.

<sup>158</sup> Idem, *Hiding in the Light...*, s. 30.

tocyklach, lecz skuterach, i pili włoską kawę<sup>159</sup>. Mimo że mieli ten sam robotniczy rodowód, to jednak aspirowali do wyższego statusu<sup>160</sup>.

Te spotkania Brytyjczyków z kulturą amerykańską pokazują dwie zasadnicze kwestie. Po pierwsze, że kultura amerykańska nie przez wszystkie warstwy społeczeństwa jest anektowana tak samo, po drugie, że nie jest konsumowana bezrefleksyjnie. Użytkownicy wybierają z niej odpowiednie elementy, które akurat są dla nich atrakcyjne i użyteczne, i dopełniają je własnymi znaczeniami. Co więcej, kultura amerykańska jest tylko jedną z wielu inspiracji, nigdy nie jest przywłaszczana w czystej formie, lecz staje się elementem swoistego kulturowego *bricolage'u*.

Nic lepiej nie ilustruje tego fenomenu niż przypadek słynnych Beatlesów, którzy

zamiast być pasywnymi pochłaniaczami odpowiednio spreparowanej kultury masowej, aktywnie zawłaszczali amerykańskie brzmienie z rozmaitych źródeł: od amerykańskich żołnierzy stacjonujących w Liverpoolu, z Armed Forces Network, Radia Luxembourg (...) następnie wszystko to umiejętnie połączyli z innymi tradycjami muzycznymi, w tym także muzyką brytyjskiego music-hallu, produkując w efekcie zhybrydyzowaną formę amerykańskiej muzyki popularnej, która (...) została reeksportowana do Stanów Zjednoczonych<sup>161</sup>.

Beatlesi zmutowali amerykańskiego rock'n'rolla, zeuropeizowali go, i to oni bardziej niż amerykańskie gwiazdy propagowali tę amerykańską muzykę w Europie Zachodniej, co więcej, ta wersja głównie przenikała za żelazną kurtynę.

W latach 60. centrum wszechrzeczy stał się Londyn, to tam skupiała się energia świata i tam najwyraźniejsze były amerykańskie wpływy. Londyn stał się wtedy „odlotową” kombinacją nowoczesnej Ameryki i tradycji brytyjskiej: powstawały drapacze chmur, w tym trzydziestopiętrowy hotel Hilton, nowy West End pełen był jazzowych i bluesowych klubów, a swingujący South Kensington, Chelsea i Earls Court zostały zamienione, za

---

<sup>159</sup> Wilford zauważa, że bary mleczne opisane przez Hoggarta były faktycznie kawiarniami prowadzonymi przez włoskich imigrantów. Zob.: H. Wilford, *op. cit.*, s. 33.

<sup>160</sup> D. Hebdige, *The Meaning of Mod*, [w:] *Resistance Through Rituals...*, s. 71-79.

<sup>161</sup> H. Wilford, *op. cit.*, s. 33.

sprawą licznych Amerykanów, którzy tam się osiedlili, w coś na kształt Upper East Side<sup>162</sup>.

Londyn, który w latach 60. stał się stolicą świata, dokonał tego dzięki temu, że przejął pewne wzorce z amerykańskich miast, głównie Nowego Jorku i Los Angeles – luz, kreatywność, hedonizm, wigor i kulturową różnorodność. Do tego dochodziła aktywność kulturowa i artystyczna rozmaitych grup, bardzo dynamiczny rozwój brytyjskiego pop-artu „dziejącego” się niemal równolegle do tego uprawianego przez Andy’go Warhola w Nowym Jorku, a także amerykańskie gazety i magazyny, amerykańska muzyka, kluby Playboya i wszechobecna reklama amerykańskich dóbr konsumpcyjnych<sup>163</sup>.

Udział Stanów Zjednoczonych w wojnie w Wietnamie wzbudził protesty nie tylko w samych Stanach, ale też w całej niemal Europie. W Wielkiej Brytanii były one szczególnie silne. „Młodzi Brytyjczycy zachwycili się amerykańską Nową Lewicą, a także transformatorską wizją kontrkultury, najpierw jej utopijnym entuzjazmem, a potem psychicznymi odkryciami, jakie oferowała upojna mieszanka muzyki, narkotyków, sztuki i undergroundowych gazet”<sup>164</sup>. Amerykanie, szczególnie młodzi, odwiedzali Londyn, tu działo się więcej ciekawszych i bardziej „odjazdowych” rzeczy. „Swingujący Londyn”<sup>165</sup> stał się bardziej *cool* niż Nowy Jork czy San Francisco, a moda z Carnaby Street<sup>166</sup> i styl życia młodych Brytyjczyków były inspirujące dla całego świata.

W Londynie w tym czasie pojawiają się także coraz liczniej hipisi, propagujący swój styl ubierania się i życia, który Tony Judt określa jednoznacznie jako „import z Ameryki”<sup>167</sup>. Hipisi ze swoimi pacyfistycznymi, ekologicznymi i antykonsumpcyjnymi poglądami rozprzestrzeniali

<sup>162</sup> H.L. Malchow, *Special Relations. The Americanization of Britain?*, Stanford University Press, Stanford 2011, s. 42-45.

<sup>163</sup> *Ibidem*, s. 21

<sup>164</sup> *Ibidem*, s. 71.

<sup>165</sup> Prawdopodobnie po raz pierwszy ten termin oraz fenomen Londynu lat 60. został opisany w magazynie „Time” z 15 kwietnia 1966 roku, za: D. Gilbert, „The Youngest Legend in History”: *Cultures of Consumption and the Mythologies of Swinging London*, „The London Journal” 2006, vol. 31, no. 1, s. 3, [online] <http://dx.doi.org/10.1179/174963206X113089>.

<sup>166</sup> Carnaby Street, ulubione miejsce spotkań homoseksualistów, które w latach 60. przeobraziło się w centrum mody młodzieżowej i nadawało styl całej Europie Zachodniej. Zob.: T. Judt, *Powojnie. Historia Europy od 1945*, tłum. R. Bartołd, Rebis, Poznań 2008, s. 468.

<sup>167</sup> *Ibidem*, s. 469.

się w całej Europie, stając się jednym z przypadków wpisujących się w koncepcję interpretującą subkultury młodzieżowe jako nową formę plemion<sup>168</sup> funkcjonujących w ponadnarodowej przestrzeni wioski globalnej. Jak wiadomo, kontrkultura lat 60. miała wiele oblicz i wiele inspiracji – ulice Londynu czy Paryża, „styl Mao” czy styl romantycznych bojowników z Trzeciego Świata. Jak jednak zauważa Judt: „europejskie lata sześćdziesiąte zawsze były europocentryczne. Nawet »rewolucja hipisowska« nigdy tak naprawdę nie dotarła na drugą stronę Atlantyku. W najlepszym razie omyła brzegi Wielkiej Brytanii i Holandii, pozostawiając osad świadectw w postaci bardziej niż gdziekolwiek indziej rozwiniętej kultury używania narkotyków i jedną spektakularnie oryginalną płytę długogrającą”<sup>169</sup>.

Jednocześnie znakomicie ma się w Wielkiej Brytanii amerykański biznes różnych branż. W 1974 roku McDonald's otwiera swoją pierwszą restaurację na Wyspach. Branża samochodowa, głównie Ford, oraz chemiczna mają bardzo silną pozycję na brytyjskim rynku. Trwa też wymiana kulturalna – BBC sprzedaje amerykańskim mediom publicznym swoje programy, które są dystrybuowane jako swego rodzaju przeciwwaga dla bałamutnych i trywialnych treści nadawców prywatnych w Stanach Zjednoczonych. Wejście przekazu satelitarnego otworzy Wielką Brytanię również na treści amerykańskiej telewizji.

Na koniec chciałabym jeszcze zwrócić uwagę na jedno zjawisko ewidentnego przenikania amerykańskiej kultury popularnej do tkanki brytyjskiej kultury. Inspiracje brytyjskiej sceny muzyczne to nie tylko muzyka amerykańska, ale także muzyka o karaibskich korzeniach, jak reggae, ska czy późniejsze house-reggae, wszystkie niezwykle popularne i grywane w brytyjskich klubach. Nadużyciem byłoby mówić, że zarówno twórcy, jak i konsumenci tej muzyki pozostawali pod wyłącznymi wpływami amerykańskich dźwięków, choć kolejnym ważnym brzmieniem wykorzystanym w Wielkiej Brytanii do manifestacji pewnego światopoglądu niewątpliwie był rap i cała kultura hip-hopu<sup>170</sup>. Powstały w latach 70. w czarnych

---

<sup>168</sup> Zob. np.: M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, tłum. M. Bucholc, red. nauk. B. Fatyga, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, *Socjologia Współczesna*; B. Fatyga, *op. cit.*

<sup>169</sup> T. Judt, *op. cit.*, s. 470.

<sup>170</sup> Pojęcia hip-hopu i rapu przez wielu badaczy oraz samych artystów są traktowane jak synonimy i używane wymiennie. Nie wchodząc w niuanse terminologiczne, zbędne dla naszych rozważań, zastosujemy takie samo podejście. Zob. np.: *The Anthology of Rap*, eds.

dzielnicach Nowego Jorku, swoje początki wziął ze swoistych sąsiedzkich aktywności zwanych *block party* lub *street party*, polegających na tym, że ludzie mieszkający w obrębie jednej lub kilku ulic zbierali się, by celebrować jakieś wydarzenie. Zazwyczaj towarzyszyła temu muzyka grana przez DJ-a. Muzyka była jednym z filarów całej kultury hip-hopowej, dwa pozostałe stanowiły breakdance oraz graffiti.

Kultura ta dotarła do Wielkiej Brytanii w latach 80. i została przejęta przez czarną mniejszość, zarówno pochodzenie afrykańskiego, jak i karaibskiego. O ile początkowo twórcy tacy jak Derek B. bezkrytycznie naśladowali amerykański styl, z amerykańskim akcentem włącznie, szybko zdano sobie sprawę z tego, że aby móc przemówić tą muzyką do brytyjskiej czarnej społeczności, trzeba zmienić rytm, język, a tematyka piosenek musi korespondować z problemami, z jakimi mierzą się odbiorcy tych tekstów. Dodatkowo bardzo silne wpływy muzyki z Karaibów, głównie z Jamajki, sprawiły, że powstało zupełnie nowe brzmienie, będące mieszanką amerykańskiego hip-hopu, muzyki brytyjskiej i rytmów karaibskich, a w innych swoich odmianach – jazzu czy muzyki elektronicznej. Ucieczka od ślepego naśladownictwa amerykańskiego hip-hopu nastąpiła bardzo szybko, artyści, którzy trzymali się amerykańskich wzorców i śpiewali z amerykańskim akcentem, zostali wręcz wyśmiani. Stało się tak dlatego, że kultura hip-hopu niezwykle ceni sobie autentyczność, rozumianą jako tworzenie utworów (nie odtwarzanie) odnoszących się do lokalnych problemów oraz wpływających z emocji twórcy.

Ciekawym zjawiskiem była aktywność londyńskich graffitiarzy (tzw. *train writers*), którzy zainspirowani działalnością swoich amerykańskich rówieśników, postanowili zamerykanizować londyńskie metro, tworząc nielegalnie obrazy graffiti na wagonach pociągów. Działalność ta, choć spotkała się z uznaniem znawców sztuki i londyńskich galerii, nie znalazła zrozumienia władz, które srogo karały twórców graffiti. Cała kultura hip-hopu z muzyką włącznie nie była dobrze postrzegana przez brytyjskie władze i często oskarżano ją o promowanie zbrodni i przemocy.

---

A. Bradley, A. Du Bois, Yale University Press, New Haven 2010, s. XXIX; R. Pawlak, *Polska kultura hip-hopowa*, Kagra, Poznań 2004, s. 11-20; T. Kukułowicz, *Pętle, sample i podbicia: techniki kompozycji i struktura utworu hip-hopowego*, [w:] *Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. M. Miszczyński, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014, s. 22.

Młodzi Brytyjczycy, najczęściej czarnoskórzy, za pomocą muzyki protestowali przeciwko wykluczeniu, rasizmowi i niezrozumieniu społecznemu. Wśród twórców i odbiorców hip-hopu znaleźli się wkrótce wszyscy, którzy czuli, że zostali wyrzuceni z różnych powodów – rasowych, etnicznych, ekonomicznych – na margines brytyjskiego społeczeństwa: Azjaci, Hindusi, Rosjanie, Polacy czy wreszcie sami Brytyjczycy.

Po raz kolejny muzyka powstała za oceanem została „zmutowana” lokalnie i wykorzystana do wyrażenia buntu i krytyki systemu. Moda, która jej towarzyszy: charakterystyczne amerykańskie czapki z daszkiem, luźne sportowe spodnie, zbyt duże podkoszulki, złote łańcuchchy *etc.*, została przejęta przez brytyjską młodzież ze środowisk robotniczych, która za pomocą atrybutów hip-hopu manifestuje swój młodzieńczy bunt, utożsamiając się zapewne z niejednym tekstem śpiewanym przez hip-hopowego wykonawcę. Do zjawiska hip-hopu jeszcze powrócimy, również mierząc się z jego polską odmianą.

Podsumowując brytyjskie spotkania z amerykańską kulturą popularną, podkreślić należy względną symetryczność relacji w transferze kulturowym. Wielka Brytania jest niewątpliwie krajem, który doświadcza najmniejszych dysproporcji między ilością tekstów odebranych z Ameryki i do niej wysłanych. W przeszłości wpływy amerykańskiej kultury popularnej były wyraźnie widoczne w dwóch obszarach, kultury konsumpcyjnej, co wynikało z dużej aktywności w Wielkiej Brytanii amerykańskiego biznesu różnych branż, oraz kultury młodzieżowej. W tym ostatnim aspekcie Wielka Brytania nie stanowi odosobnionego wyjątku, amerykańska kultura popularna dostarczała narzędzi i form do ekspresji młodzieńczej wywrotowości w całej niemal Europie. Głosy krytyki skierowanej przeciwko amerykańskiej kulturze popularnej mają w Wielkiej Brytanii długą tradycję i często wiążą się z refleksją nad istotą i zagrożeniami „brytyjskości”, choć niewątpliwie w wielokulturowym i wieloetnicznym społeczeństwie brytyjskim samo to pojęcie wymaga zredefiniowania. Oskarżanie amerykańskiej kultury o zabijanie „brytyjskości” przy uwzględnieniu dynamicznie zmieniającej się struktury społecznej w Wielkiej Brytanii jest bowiem sporym nadużyciem.

#### 4. FRANCJA – OPÓR. W OBRONIE FRANCUSKOŚCI

Przypadek Francji ilustruje zupełnie inny rodzaj relacji w kontaktach z amerykańską kulturą popularną, chociaż podobnie jak w Wielkiej Brytanii, historia zbudowała bliskie relacje między Stanami Zjednoczonymi a Francją. Relacje te sięgają czasów kolonialnych. Formalnie Francja była sojusznikiem amerykańskich bojowników o niepodległość w walce z Brytyjczykami, bez którego zwycięstwo kolonii amerykańskich stałoby się pod znakiem zapytania. Warto wspomnieć o kilku istotnych faktach i postaciach budujących francusko-amerykańsko związki: udział markiza La Fayette'a w amerykańskiej wojnie o niepodległość, słynna wizyta markiza de Tocqueville'a i powstała po niej publikacja *O demokracji w Ameryce*, stanowiąca jedną z pierwszych opinii Europejczyka na temat młodego amerykańskiego państwa i punkt wyjścia dla innych obserwujących i oceniających ten kraj, ufundowanie Statuy Wolności przez Francuzów jako symboliczny gest wsparcia i zrozumienia dla Ameryki i jej obywateli, z których wielu miało francuskie korzenie. Pierwsza wojna światowa, która postawiła Francuzów i Amerykanów po jednej stronie barykady, wydała się wzmacniać wzajemną życzliwość i sympatię.

Amerykanie rzeczywiście upodobali sobie Francję, a w szczególności Paryż. To tam w okresie międzywojnia amerykańska kultura rozkwitała pełnym blaskiem, szczególnie jazz, który właśnie w Paryżu w tamtym okresie uznano po raz pierwszy za sztukę. Jazz dla Paryżan oznaczał nowoczesność. Wyzwolone flappers, amerykańscy ekszołnierze, którzy postanowili pokosztować europejskiego życia, jazzowi muzycy, najczęściej Afroamerykanie, którzy pokochali otwartą na różnorodność Francję – oni wszyscy wypełniali liczne paryskie kluby i tworzyli zupełnie niepowtarzalną atmosferę tamtych czasów. W Stanach Zjednoczonych Paryż był postrzegany jako miejsce, które należało odwiedzić, doświadczyć jego aury, poszukać inspiracji. Wiele twórczych osobowości zatrzymało się w tym okresie w Paryżu na dłużej lub krócej: Ernest Hemingway, małżonkowie Fitzgerald, George Gershwin, Cole Porter, a także Josephine Baker, Ada „Bricktop” Smith, Sidney Bechet, Coleman Hawkins, Benny Carter, by wymienić najśłynniejszych. Wkrótce jednak pojawiły się głosy krytyczne skierowane przeciwko Ameryce, Amerykanom i amerykańskiej kulturze. Z wyjątkiem jazzu, którym Francuzi się upajali, amerykańska kultura po-

popularna nie zachwycała, co rozumiało w kontekście elitarnego pojmowania kultury przez Francuzów, którzy tym mianem określają jedynie to, co refleksyjne, wysokie, wzbogacające.

Po II wojnie światowej Francja, podobnie jak inne kraje zachodnioeuropejskie, również znalazła się w obszarze amerykańskiej pomocy i amerykańskich wpływów. Amerykańskie korporacje inwestowały we Francji w różne dziedziny przemysłu. Szczególne emocje<sup>171</sup> wywołała Coca-Cola Export Corporation, która w 1948 dostała zezwolenie od francuskiego Ministerstwa Finansów na wybudowanie fabryki w Marsylii. To spowodowało zarówno polityczne problemy, jak i stało się przyczyną postawienia kluczowego pytania o amerykanizację. „Czy zostaniemy scocacolonizowani?” – pytał rozpaczliwie socjalistyczny dziennik „L’Humanité”, zapowiadając spadek sprzedaży wina oraz reklamy koncernu na fasadzie katedry Notre Dame<sup>172</sup>. Walka Coca-Coli o zaistnienie na rynku francuskim była długa i trudna i nawet dziś spożycie tego napoju we Francji jest zdecydowanie niższe niż w innych krajach europejskich. Walka polityczna i kulturowa o zamerykanizowanie francuskiej *food culture* okazała się tylko częściowo wygrana. To obszar kultury, w którym Francuzów trudno przekonać do zmiany nawyków. Gdy jednak zdamy sobie sprawę z tego, że we Francji znajduje się ponad 1200<sup>173</sup> restauracji McDonald’s, w których zapewne jadają nie tylko turyści, to obraz Francuzów broniących się przed jankeską inwazją nie jest już tak jednoznaczny.

Podobnie jak w innych krajach, również we Francji amerykańska kultura popularna uwiodła młodych ludzi. Francuska młodzież oszalała na punkcie rock’n’rolla i podobnie jak to miało miejsce w Wielkiej Brytanii, w kulturę rock’n’rolla najintensywniej „weszli” młodzi chłopcy z proletariackich środowisk. Subkultura tzw. *les blousons noirs* (czarnych kurtek) była francuską wersją amerykańskich greasers, brytyjskich rockersów i niemieckich Halbstorken. Pierwsi przedstawiciele tej subkultury pojawili

<sup>171</sup> Niemal w każdym kraju powojennej Europy coca-cola wzbudzała opór i krytykę ze strony lokalnych działaczy, ale przede wszystkim producentów napojów. Szczególną rolę w walce z tą korporacją odgrywały też lokalne partie komunistyczne, które przedstawiały coca-colę jako narkotyk, a nawet truciznę.

<sup>172</sup> R. Kuisel, *op. cit.*, s. 55.

<sup>173</sup> R. Wile, *The True Story of How McDonald’s Conquered France*, „Business Insider” 2014, 22 VIII, [online] <http://www.businessinsider.com/how-mcdonalds-conquered-france-2014-8#ixzz3k8pEc3g9>, dostęp: 18 III 2015.



się w połowie lat 50., natomiast swój okres rozkwitu kultura *les blousons noirs* przeżywała w latach 1958-1961 i była efektem importu amerykańskich tekstów kultury popularnej – filmów *Dziki*, *Buntownik bez powodu*, muzyki Billa Haleya i Elvisa Presleya. *Les blousons noirs*, tak samo jak *teddy boys* czy *rockersi*, tworzyli gangi, popełniali drobne przestępstwa, głównie kradzieże, ale też całkiem poważne rozboje, często z użyciem narzędzi, na przykład kastetów<sup>174</sup>. Znaczyli swoją przynależność za pomocą odpowiedniego wizerunku, na który składały się skórzana kurtka, fryzura *à la Tony Curtis* i motocykl. Pochodzący z ubogich środowisk *les blousons noirs* w krzykliwej, a czasami także agresywnej formie wyrażali siebie oraz bunt przeciwko kulturze i społeczeństwu, które skazywało ich na wykluczenie. We Francji jednak moda na *les blousons noirs* stosunkowo szybko minęła. Wkrótce pojawili się bardziej rozintelektualizowani młodzi ludzie, inspirowający się amerykańskimi beatnikami czy francuskim egzystencjalizmem. Lata 60. to już ruchy hipisowskie, bycie „chuliganem” zostało wyśmiane i sprowadzone do rangi obciachu.

Renesans *les blousons noirs* przeżywają w latach 70., kiedy to pojawiają się inne subkultury, jak punki i skinheadzi, z którymi miłośnicy rock’n’rolla pozostawali w ostrym konflikcie. Wtedy to właśnie *les blousons noirs* brali czynny udział w walce z przedstawicielami tych subkultur. Wspierali w niej nawet swoich brytyjskich kolegów. Na Wyspach bowiem konflikty międzysubkulturowe przybrały naprawdę ostrą formę. „The Sun” z 26 lipca 1977 roku donosił w dramatycznym nagłówku, że „Brytania została najechana przez Les Teddies”<sup>175</sup>, którzy pokonują kanał La Manche, by wspomóc brytyjskich współbraci w walce ze skinheadami i punkami. Konflikt zaostrzył się jeszcze bardziej, gdy 16 sierpnia 1977 roku zmarł w swoim domu w Memphis Elvis Presley, absolutny władca królestwa zwanego rock’n’rollem. Pojawiały się wtedy na murach złośliwe napisy: *The king is fat and... dead* lub „*Elvis rocks... in his box*”, pisane przez złośliwych punków<sup>176</sup>. Taka kpina z uwielbianego Elvisa spotkała się z odwetem miłośników kultury rock’n’rolla.

<sup>174</sup> J.-P. Bourre, *Quand j'étais blouson noir*, Récit, Éditions Scali, Paris 2007, s. 70. Scali *Littérature*. Stąd termin „*les blousons noirs*” wszedł do języka francuskiego na stałe i oznacza chuliganów.

<sup>175</sup> N. „Razor” Smith, *Warrior Kings. The South London Gang Wars 1976-1982*, Apex, Clacton on Sea 2008, s. 87.

<sup>176</sup> *Ibidem*, s. 86.

Kultura *les blousons noirs* nie zginęła i wciąż jest obecna we francuskim krajobrazie. Ma wprawdzie charakter niszowy, lecz zadziwiająco silnie trzyma się swoich podstawowych zasad ukształtowanych pod koniec lat 50. Podobnie jak mocno dojrzały brytyjski *teddy boys*, którzy zakładają kluby i stowarzyszenia, spotykają się, organizują imprezy, na których jak za dawnych lat ubierają swoje edwardiańskie marynarki i czeszą odpowiednio włosy, tak *les blousons noirs* wciąż żyje wśród francuskiego lumpenproletariatu. Znakomicie zjawisko to opisuje Lucile Chaufour w swoim nakręconym w 2009 roku filmie *Violent Days*. Ten specyficzny obraz, na poły dokument, na poły film fabularny, eksploruje środowisko byłych „chuliganów”, dziś ludzi funkcjonujących na granicy społecznego wykluczenia. „Przyglądam się temu, co ludzie nazywają »białym śmieciem« – mówi autorka filmu”<sup>177</sup>. Przedstawia przedstawicieli najniższych warstw, nieco zwyrodniałą klasę robotniczą, prymitywnych, leniwych, mizoginistycznych rasistów, którzy uciekają od swego beznadziejnego życia w lata 50. i rock’n’rolla. Film próbuje pokazać, jak głęboko ludzie mogą wejść w *American Dream*. „Nigdy nie byli w Stanach Zjednoczonych, nie mówią słowa po angielsku, ale są całkowicie uwiedzeni przez ten amerykański sen-fantazję” – mówi dalej Chaufour. Bohaterowie filmu to przegrani, ci, którym w życiu nie spełnił się amerykański sen, dlatego wciąż szukają ucieczki w „Ameryce wyobrażonej”. „Muzyka jest dla nich ucieczką od nudnej i destrukcyjnej pracy, ale jest też ujęciem dla przemocy, która jest w tym środowisku wszechobecna”<sup>178</sup>. We wstępie do filmu Lucile Chaufour pisze: „We Francji – w Paryżu, w Hawrze, są rockersi, którzy wciąż marzą o kraju, który nie istnieje: Ameryce”<sup>179</sup>. Choć przedstawiane przez Chaufour zjawisko ma charakter marginalny, zdecydowałam się je opisać, jako dowód na irracjonalną siłę, z jaką amerykańska kultura popularna może zawładnąć ludzką wyobraźnią i emocjami.

Wtargnięcie amerykańskiego rock’n’rolla było przyczyną jeszcze jednej, poza demoralizacją młodzieży, troski Francuzów, a mianowicie zniszczenia francuskości we francuskiej muzyce. Badacze i intelektualiści bili na alarm, że pod wpływem nowych rytmów i nowatorskiej instrumen-

---

<sup>177</sup> D. Brown, *French Teddy Boys Rock to Imaginary America*, RFI, 19 IX 2009, [online] [http://www1.rfi.fr/actuen/articles/117/article\\_5149.asp](http://www1.rfi.fr/actuen/articles/117/article_5149.asp), dostęp: 18 III 2015.

<sup>178</sup> *Ibidem*.

<sup>179</sup> *Ibidem*.

talizacji rodem z Ameryki uroczę francuskie *chansons* śpiewane przez Edith Piaf czy Maurice'a Chevaliera straciły swoją jednoznacznie francuską tożsamość<sup>180</sup>. Warto jednak zastanowić się, czy rzeczywiście jest tu mowa o stracie, czy może o pozyskaniu nowego, świeższego oblicza. Nikt przecież nie zabrania wykonywania francuskich piosenek we francuskich aranżacjach. Muzyka, która jest obszarem nieustającej wymiany stylów, artystycznych inspiracji i kreatywności, nie może zostać ograniczona repertuarem określonym narodowym kanonem. Wymykając się jednak tym ograniczeniom, w oczach narodowych purystów może stać się nośnikiem ideologii zagrażających narodowej tożsamości.

Z całą pewnością natomiast nośnikiem ideologii jest hip-hop, o którym już wspominaliśmy, a który bardzo mocno zaistniał we Francji za sprawą zamieszkujących ją dużych społeczności etnicznych wywodzących się także z Afryki i Karaibów. Ponieważ znów są to społeczności funkcjonujące na pograniczu wykluczenia ekonomicznego i kulturowego, hip-hop stał się dla nich wyjątkowo trafną formą wyrażania swoich problemów. David Brooks zauważa:

zadziwiająca jest dokładność, z jaką francuscy buntownicy przejęli kulturę hip-hopu. Nie chodzi tylko o to, że wykonują takie same gesty jak amerykańscy raperzy, noszą takie same ubrania i łańcuchy na szyi, grają w te same gry wideo i siedzą w samochodach z głośnikami ustawionymi na pełny regulator, lecz o to, że przyjęli również te same pozy przesadzonej męskości, ten sam stosunek do kobiet, pieniędzy i policji. Powielili ten sam model kultury gangów, takie same romantyczne wizerunki uzbrojonych dilerów narkotykowych<sup>181</sup>.

Podobnie jak w innych krajach, również we Francji hip-hop stał się kulturą wykluczonych, a ponieważ społeczności imigrantów i mniejszości etnicznych są we Francji bardzo liczne, rynek francuskiego hip-hopu jest największy w Europie i w skali globalnej klasyfikuje się na drugim miejscu, zaraz po amerykańskim<sup>182</sup>.

<sup>180</sup> D. Looseley, *Popular Music in Contemporary France. Authenticity, Politics, Debate*, Berg, Oxford–New York 2003, *Berg French Studies*.

<sup>181</sup> D. Brooks, *Gangsta, in French*, „The New York Times” 2005, 10 XI, [online] <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=990DE1D6153EF933A25752C1A9639C8B63>, dostęp: 18 III 2015.

<sup>182</sup> E.G. Price, *Hip Hop Culture*, ABC-CLIO, Santa Barbara, Denver, Oxford, 2006, s. 93.

Francuzi słyną ze swych antyamerykanistycznych postaw. Z godną podziwu konsekwencją bronią języka francuskiego przed anglicyzmami, a swojej kinematografii przed Hollywood. Charakteryzuje ich silne poczucie wartości własnej kultury. To pozwoliło Francji zbudować pozycję bodaj najbardziej zatwardziałego krytyka amerykańskiej kultury w Europie, wciąż okopującego się przed atakami „wroga” i konsekwentnie broniącego przyczółków francuskości. Francuskie spotkanie z kulturą amerykańską ma charakter wiecznej walki, a słowem, które częściej niż amerykanizacja pojawia się w debacie publicznej, jest niewątpliwie antyamerykanizm.

Francuzi postrzegają swoją kulturę jako cenny skarb, którego należy bronić przed najeźdźcą, i nie jest to wyłącznie stanowisko urzędników państwowych czy intelektualistów. Dla wielu zwykłych Francuzów amerykańska kultura to coś, czego należy unikać. Najeźdźca jednak kusi i nęci swoją atrakcyjnością, a w obliczu dynamicznie zmieniającej się struktury francuskiego społeczeństwa – wieloetnicznego i wielokulturowego – amerykańska kultura popularna systematycznie umacnia swoją pozycję. Co więcej, walka wypowiedana wszelkim amerykanizmom wydaje się mieć we Francji charakter wyłącznie deklaracyjny. O sięgnięciu użytkownika po produkt czy to konsumpcyjny, czy to kulturowy decyduje wiele czynników – wygoda, potrzeba chwili, moda, ciekawość, a tym trudno sterować z poziomu dyrektyw.

## 5. NIEMCY – PRZYMUS. KULTURA ZREMASTEROWANA

Również w Niemczech po I wojnie światowej amerykańska kultura popularna nie była kompletnie nieznana. Amerykańskie produkty oraz teksty kulturowe zaistniały w świadomości i praktykach kulturowych Niemców z dużą intensywnością i dynamiką już w czasach Republiki Weimarskiej (1919-1933).

Czy będziemy mówić o ubraniach, fryzurach, muzyce, tańcu, czy mediach i reklamie, Ameryka jawi się jako pierwszy zagraniczny element niemieckiego postępu. Amerykańskiej modzie przypisuje się ustanowienie trendów zarówno w pracy, jak i w czasie wolnym oraz wzrost popularności sportów i sprawności fizycznej. Lata 20. XX wieku postrzegane są jako okres silnej amerykanizacji Niemiec przed rokiem

1945, przy czym korzystanie z amerykańskiej kultury w Niemczech w tym okresie przypomina szwedzki stół, bufet z nowoczesnością i technologicznym postępem, z którego Niemcy czerpali w zależności od swoich upodobań i potrzeb<sup>183</sup>.

Muzyka jazzowa, wizyty Josephine Baker, Charliego Châplina czy wreszcie hollywoodzkie produkcje – wszystko to sprawiało, że Niemcy mieli z czego wybierać i czym się inspirować. Muzyka jazzowa była na tyle popularna, że we frankfurckim konserwatorium muzycznym otwarto klasę jazzu<sup>184</sup>. Radio również nadawało muzykę jazzową. Pojawiło się też wielu artystów grających ten rodzaj muzyki. Jednak to, co uchodziło za jazz w Weimarze, nie miało wiele wspólnego z amerykańskim oryginałem, była to raczej „komercyjna synkopowana muzyka taneczna, tworzona lokalnie, a inspirowana jakąś ogólną ideą i wyobrażeniem na temat jazzu”<sup>185</sup>. Niemiecki jazz był raczej równoległą formą muzyczną niż naśladownictwem oryginału, co wcale nie umniejsza znaczenia wpływów kultury amerykańskiej w Niemczech po I wojnie światowej.

Fakt, że niemiecki jazz był formą zafałszowania oryginalnej muzyki (...), pozbawia go możliwości przyrównywania się do nowoczesnej amerykańskiej muzyki tanecznej. Słusznie czy nie, jazz stał się mieszanką prymitywnych i nowoczesnych elementów w amerykańskiej matrycy kulturowej, z saksofonem jako jej niewątpliwą ikoną. Ten przykład może zostać rozszerzony na inne kulturowe zjawiska, w których ikona zastępowała Amerykę<sup>186</sup>.

W tej samej kategorii Ameryki działającej raczej w sferze wyobrażeń i praktycznych odwołań niż ślepego naśladownictwa funkcjonowała w Republice Weimarskiej moda na nowy typ kobiecości, wzorowany na amerykańskich niezależnych i prowokujących *flapper girls*. Jego niemiecka realizacja również sprowadzała się do przejmowania pewnych wyobra-

<sup>183</sup> T.J. Saunders, *How American Was It? Popular Culture from Weimar to Hitler*, [w:] *German Pop Culture...*, s. 53.

<sup>184</sup> R. Willett, *The Americanization of Germany, 1945-1949*, Routledge, New York 1989, s. 5, *Studies in Film, Television, and the Media*.

<sup>185</sup> J.B. Robinson, *Jazz Reception in Weimar Germany: In Search of a Shimmy Figure*, [w:] *Music and Performance during the Weimar Republic*, ed. B. Gilliam, Cambridge University Press, Cambridge 1994, s. 113, *Cambridge Studies in Performance Practice*, 3, cyt. za: T.J. Saunders, *op. cit.*, s. 56.

<sup>186</sup> T.J. Saunders, *op. cit.*, s. 57.

zeń, przywoływania określonego stylu, lecz dostosowanego przez młode Niemki do lokalnych realiów kulturowych oraz ich indywidualnych potrzeb. Choć, jak przyznaje Thomas J. Saunders, popularny wśród młodych kobiet typ amerykańskiej dziewczyny odbijał w pewien sposób niemieckie niepokoje na temat nowoczesnego pojmowania płci kulturowej<sup>187</sup>.

Przykłady te pokazują sposób działania amerykańskiej kultury, służącej raczej jako inspiracja, a nie przedmiot ślepego naśladownictwa czy kopiowania. Muzyka jazzowa czy moda zostały przystosowane do potrzeb ówczesnego społeczeństwa, tracąc przy tym wiele ze swej amerykańskości. Co również ciekawe, ani ten rodzaj muzyki, ani niemieckie *American girls* nie były popularne w całym kraju, lecz głównie w Berlinie, który wtedy charakteryzowała spora doza kulturowej eksterytorialności. Berlin w tym czasie to nie Niemcy, zauważa Saunders<sup>188</sup> i cytuje Nancy Nenno, która twierdzi, że „Berlin był w związku miłosnym ze wszystkim, co amerykańskie, próbując wykreować się na najbardziej nowoczesne miasto europejskie”<sup>189</sup>.

Daleko głębsze oddziaływanie niż tylko inspiracje w sferze nawiązań do pewnych ikonicznych wyobrażeń Ameryki jako symbolu i esencji nowoczesności miało w Niemczech w latach po I wojnie światowej kino. „Filmy hollywoodzkie reprezentowały bardziej bezpośredni niż zapośredniczony wkład w kulturę niemiecką, generując, podobnie jak jazz, zestawy ikon i wartości (...), jego działanie jednak wykraczało zdecydowanie poza ekran. (...) Od roku 1921 niemieckie kina zaczęły regularnie wyświetlać amerykańskie filmy. W połowie dekady pokazywano setki hollywoodzkich produkcji rocznie”<sup>190</sup>. Warto jednak zauważyć, że również niemieckie kino bardzo dynamicznie rozwijało się w latach 20., ustanawiając pewne trendy estetyczne i inspirując również hollywoodzkich twórców. Tak z całą pewnością było z ekspresjonizmem, który na trwałe „zainfekował” amerykańskie kino, szczególnie takie gatunki, jak film kryminalny czy horror. Z drugiej jednak strony wiele amerykańskich gatunków zyskało popularność w Niemczech – slapstick czy western były rozpoznawane i lubiane przez niemiecką publiczność. Niemiecscy twórcy również czerpali garścią

---

<sup>187</sup> *Ibidem*.

<sup>188</sup> *Ibidem*, s. 56.

<sup>189</sup> *Ibidem*, s. 53.

<sup>190</sup> *Ibidem*, s. 57.

mi z hollywoodzkich rozwiązań fabularnych czy estetycznych, w oparciu o nie wizualną wyobraźnię budowali wielcy niemieccy reżyserzy Fritz Lang czy Erich Pommer. Nade wszystko jednak pamiętać należy, że amerykańskie filmy popularyzowały nie tylko same, jakże atrakcyjne obrazy przedstawiające amerykański styl życia, ale także reklama i nowe techniki marketingowe, co sprawiło, że Hollywood dominowało i kontrolowało sferę wizerunków, obrazów i ikon, a wraz z nią rozrywkę i konsumpcjonizm<sup>191</sup>.

Z nadejściem Trzeciej Rzeszy jazz stał się muzyką zakazaną. W 1935 roku oficjalnie zabroniono nadawania amerykańskiej muzyki, jazzu i swingu przez radio, jednocześnie zachęcając do tworzenia utworów niemieckich w oczywisty sposób czerpiących z amerykańskich rytmów. Charakterystyczne dla Republiki Weimarskiej swoiste „germanizownie” oryginalnej amerykańskiej muzyki miało miejsce również w czasach Trzeciej Rzeszy<sup>192</sup>. Podobny los spotkał nowy typ kobiecości reprezentowany przez chłopiące flappers, które choć w oficjalnym dyskursie były ostro krytykowane, w gruncie rzeczy zostały przystosowane do potrzeb nowej sytuacji politycznej. Typ aseksualnej matki-Aryjki był lansowany przez oficjalne źródła propagandowe Trzeciej Rzeszy<sup>193</sup>.

Również liczba amerykańskich filmów drastycznie spadła, a w chwilę potem zupełnie zakazano ich wyświetlania, lecz jak powszechnie wiadomo, zarówno Hitler, jak i Goebbels podziwiali osiągnięcia kina hollywoodzkiego i wykorzystywali je do swoich celów politycznych. „Nazizm zaprzął kino nie tylko bezpośrednio do propagandy, ale także do rozrywki, tworząc za jego pomocą grupowe marzenia i maskując dzięki nim przyziemne i coraz bardziej kontrolowane przez reżim ciężkie doświadczenie dnia codziennego”<sup>194</sup>.

Jak zauważa Eric Rentschler, znakomita większość z 1100 filmów wyprodukowanych w czasach Trzeciej Rzeszy to nie były filmy otwarcie

<sup>191</sup> *Ibidem*, s. 58.

<sup>192</sup> U.G. Poiger, *Jazz, Rock, and Rebels. Cold War Politics and American Culture in a Divided Germany*, University of California Press, Berkeley 2000, s. 23, *Studies on the History of Society and Culture*, 35.

<sup>193</sup> *Ibidem*, s. 24.

<sup>194</sup> T.J. Saunders, *op. cit.*, s. 61. Zob.: E. Rentschler, *The Ministry of Illusion. Nazi Cinema and Its Afterlife*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) 1996; L. Schulte-Sasse, *Entertaining the Third Reich. Illusions of Wholeness in Nazi Cinema*, Duke University Press, Durham 1996, *Post-Contemporary Interventions*.

propagandowe czy polityczne, lecz gatunkowe filmy fabularne – melodramaty, filmy kryminalne, a około 50% z nich to komedie lub musicalle<sup>195</sup>. Znakomitym przykładem na nie tylko inspirowanie się, lecz wręcz konkurowanie Niemców z amerykańską kinematografią jest film *Dzieci szczęścia* w reżyserii Paula Martina z 1936 roku, będący niemiecką wersją słynnego, nagrodzonego wieloma Oskarami filmu Franka Capry *Ich noce* z 1934 roku. Film Martina został powitany przez recenzenta „Film-Kurier” następującymi słowami: „To, co potrafią Amerykanie, my także potrafimy. Oto mamy film lekki, lecz z werwą, ze znakomitymi dialogami, a wszystko w rytmie, i wszystko w takcie”<sup>196</sup>.

Amerykańska kultura popularna Trzeciej Rzeszy była – jak twierdzi Saunders – mocno zniekształconym, lecz wciąż rozpoznawalnym modelem amerykańskim. Właściwie rzecz ujmując, była to karykatura karykatury amerykańskiej kultury popularnej, jaka znalazła się w obiegu w Niemczech w latach 20. XX wieku: jednorodna, konformistyczna, młodzieńcza i energetyczna, podatna na wpływy i raczej rozpraszająca niż refleksyjna i krytyczna<sup>197</sup>.

W latach Republiki Weimarskiej oraz Trzeciej Rzeszy kultura amerykańska, choć obecna i chętnie konsumowana, była zniekształcana w procesie dostosowywania jej przez odbiorców do ich własnych gustów, potrzeb i wartości. Ameryka funkcjonowała w sferze wyobrażeń i ikon, jednak tożsamość kulturowa Niemców była tak silna, że jej zmiana pod wpływem obcej kultury, nawet jeśli ta była synonimem postępu i nowoczesności, była niemożliwa.

Zupełnie inaczej sprawy się miały wraz z zakończeniem wojny, gdy przegrane Niemcy musiały zaczynać od kulturowego zera. Terminem wykorzystywanym do opisanie tego zjawiska przez niemieckich badaczy kultury jest *Stunde Null* – godzina zero. Termin ten implikował jednoznacznie, że Niemcy nie mieli powrotu do przeszłości, która została skompromitowana przez doświadczenie nazizmu. 8 maja 1945 roku był zatem dniem, w którym Niemcy mieli zapomnieć o swojej tradycji i kulturze

---

<sup>195</sup> E. Rentschler, *Homegrown Hollywood: „Glücksinder” (Paul Martin, 1936)*, „German Politics & Society” 1992, no. 27: *Getting over the Wall: Recent Reflections on German Art and Politics since the Third Reich*, s. 37.

<sup>196</sup> *Ibidem*, s. 39.

<sup>197</sup> T.J. Saunders, *op. cit.*, s. 61.



i od którego mieli budować nowych siebie, swoje nowe oblicze, kraj *de facto* miał się na nowo narodzić, zaś powstała „społeczną i kulturową próżnię”<sup>198</sup> należało wypełnić nowymi wartościami. We wschodniej części Niemiec wprowadzono porządek sowiecki, natomiast w Niemczech Zachodnich model amerykańskiej demokracji wydawał się jedynym rozsądnym wzorem. Wszystkie wartości i podstawy niemieckiej tożsamości zostały zakwestionowane, a wzorce amerykańskie stanowiły naturalną inspirację, z której czerpali sami Niemcy i którą zwycięzcy rekomendowali, czasami w formach nieznoszących sprzeciwu.

Kluczowym czynnikiem kształtującym obraz i stosunek Niemców do Ameryki i amerykańskiej kultury po 1945 roku była obecność amerykańskich wojsk. Wprawdzie po tym, jak w 1946 roku oddziały bojowe zastąpiono „niewyszkolonym, niezdyscyplinowanym i pozbawionym motywacji żołdactwem o inteligencji poniżej średniej”<sup>199</sup>, niemieccy obywatele doświadczali rozmaitych nieprzyjemności ze strony Amerykanów, szczególnie w Magdeburgu i innych bawarskich miastach<sup>200</sup>, to jednak w większości amerykańscy żołnierze byli postrzegani pozytywnie i traktowani przychylnie. Nic dziwnego. To dzięki Amerykanom Niemcy mieli zapewnione regularne dostawy żywności, usługi publiczne oraz rozrywkę w postaci projekcji amerykańskich filmów i zajęć, głównie sportowych, organizowanych dla młodzieży w ramach społecznej reedukacji. Warto jednak zaznaczyć, że te inicjatywy były przez wielu Niemców, głównie starszego pokolenia, postrzegane jako kulturowy imperializm. Ralph Willett przywołuje narzekania niemieckich słuchaczy radia, które grało tzw. „czarną muzykę” – jazz czy blues – podczas gdy oni chętnie posłuchaliby lokalnych, jodłujących pieśniarzy czy *Schrammelmusik*, wiedeńskiej muzyki na skrzypce, gitarę i akordeon. Liczne listy pisane do magazynu „Hor zu”, ukazującego się od 1946 roku, a zawierającego program radiowy, były pełne apeli o zakazanie puszczenia w radiu „murzyńskiej muzyki”<sup>201</sup>.

<sup>198</sup> R. Willett, *op. cit.*, s. x.

<sup>199</sup> E. Hartrich, *The Fourth and Richest Reich*, Macmillan, New York 1980, s. 53, cyt. za: R. Willett, *op. cit.*, s. 1.

<sup>200</sup> Szczególnie nieprzyjemne dla lokalnej ludności było zachowanie pijanych żołnierzy, którzy dopuszczali się niszczenia mienia, molestowania kobiet, głośnego i wulgarnego zachowania na ulicach, noszenia ostentacyjnie broni czy też niegrzecznego traktowania miejscowych, na przykład przy rekwirowaniu mieszkań i lokali na potrzeby wojska.

<sup>201</sup> R. Willett, *op. cit.*, s. 5.

Ludzi drażniła także amerykańska propaganda i budowanie demokracji na amerykańską modłę. Często oskarżano Amerykanów o imperialistyczne zapędy, bo choć głoszono hasła wolności i demokracji, to jednak wiele lektur, zachowań, praktyk było zakazanych, a obcowanie z innymi wręcz nakazane. Stąd zapewne sarkastyczny neologizm popularny w tym czasie, a esencjonalnie opisujący procesy, które w powojennych Niemczech miały miejsce: *Demokratur* – powstała ze słów *Demokratie* i *Diktatur* – sugerowała, że demokracja przez Amerykanów wprowadzana jest na siłę, bez poszanowania lokalnych wartości i specyfiki kulturowej czy historycznej. Podejście to pokazuje, że mimo iż niemieckość została wyklęta, a od Niemców oczekuje się totalnej odnowy, ci niezupełnie się na to godzą. Taka postawa krytyki i nieufności charakteryzowała głównie starsze pokolenie. Choć nie było to regułą. Powojenne postawy Niemców wobec Ameryki były skrajnie różne. Od tych mocno jeszcze nazistowskich i nacjonalistycznych, poprzez silnie nostalgiczne, tęskniące za pruskim autorytaryzmem, w obu przypadkach niezbyt Ameryce przychylne, po euforycznie nastawionych wobec Ameryki niemieckich kapitalistów czy znów krytycznie patrzących na ten sam kapitalizm socjalistów i komunistów<sup>202</sup>. Równie krytycznie traktowana była też amerykańska kultura. Wciąż aktualne i popularne było mające jeszcze dziewiętnastowieczne korzenie oskarżanie amerykańskiej kultury o płytkość, trywialność, wulgarny i utylitarny charakter. Myśląc zapewne głównie o dorosłych i starszych Niemcach, amerykańscy politycy i dyplomaci uważali, że to kultura wysooka powinna promować Amerykę i kompozytorzy tacy jak Aaron Copland, Henry Cowell czy Vigil Thompson są prawdziwymi amerykańskimi muzycznymi misjonarzami w Europie<sup>203</sup>.

Jednak to rytmy grane przez Louisa Armstronga, Billa Haleya czy Elvisa Presleya stały się nośnikami zmian. Kultura amerykańska pokazała swoją siłę, odmieniając zupełnie oblicze niemieckiej młodzieży – powoli w pierwszej dekadzie po zakończeniu wojny i gwałtownie od połowy lat 50. Jeżeli przez amerykanizację będziemy rozumieć zmianę postaw i systemu wartości pod wpływem kultury amerykańskiej, to z całą pewno-

---

<sup>202</sup> R. Willett, *op. cit.*, s. 13.

<sup>203</sup> K. Maase, *Roll over, Beethoven! The Americanization of West German Youth and the Emergence of a New Cultural Balance*, Hamburger Institut für Sozialforschung, Hamburg 1992, s. 4, *Diskussionpapier*.

ścią ten proces miał miejsce w powojennych Niemczech. I choć dotyczył w najbardziej jawny i oczywisty sposób młodzieży, to rykoszetem uderzył również w pokolenie ich rodziców i dziadków.

Kaspar Maase badał wpływ amerykańskiej kultury popularnej – głównie muzyki i kina – na zmianę nie tylko stylu życia, ale nade wszystko wartości niemieckiej młodzieży w latach 50. w zachodnich Niemczech. Robił to, analizując kulturę Halbstarken, młodych chłopców, pochodzących głównie z robotniczych środowisk, którzy „stworzyli styl charakteryzujący się bardzo nieformalnym zachowaniem, wielkim zapałem w korzystaniu z rozmaitych dóbr konsumpcyjnych oraz wprowadzeniem standardów komercyjnych w obszar kultury, w oczywisty sposób czerpiąc z modelu amerykańskiego”<sup>204</sup>.

Maase źródeł inspiracji dla zachowań młodych Niemców doszukuje się w amerykańskiej armii stacjonującej na terenie zachodnich Niemiec, w manierach amerykańskich żołnierzy, ale przede wszystkim w produktach, które ci konsumowali. Cukierki, papierosy, paczki żywnościowe, środki higieniczne czy wreszcie potencjał technologiczny Amerykanów zachwyciły młodych Niemców<sup>205</sup>. Amerykańska kultura: jazz nadawany przez stacje radiowe i grany w klubach, które licznie pojawiały się w całych Niemczech, amerykańskie komiksy tłumaczone na język niemiecki, boogie-woogie tańczone na młodzieżowych imprezach czy wreszcie coca-cola, która w połowie lat 50. stała się ukochanym napojem młodzieży – wszystko to było zwiastunem zupełnie nowej i bardzo pożądanej rzeczywistości. Jednak autentyczne zmiany, które Maase nazwa amerykanizacją, przyszły dopiero po 1956 roku, wraz z nadejściem rock’n’rolla.

Pierwsza dekada po wojnie, choć charakteryzowała się zachwytem nad amerykańskimi produktami konsumpcyjnymi i kulturowymi, niewiele zmieniała w zakresie ideałów i wartości niemieckiej młodzieży. Jak wykazały przeprowadzone wówczas badania, wartości immanentnie wpisane w kulturę niemiecką wciąż były bliskie młodym Niemcom, którzy wśród swoich idoli wymieniali silnych niemieckich przywódców: Fryderyka Wielkiego, Bismarcka czy Hitlera<sup>206</sup>. Dopiero wejście w 1956 roku rock’n’rolla dokonało znacznie głębszych zmian. Rok 1956 to również

---

<sup>204</sup> *Ibidem*, s. 5.

<sup>205</sup> *Ibidem*.

<sup>206</sup> *Ibidem*, s. 7.

pojawienie się na niemieckim rynku magazynu „BRAVO”. W sierpniu tego właśnie roku monachijski wydawca Kindler und Schiermeyer wydał pierwszy numer rewolucyjnego w formie i treści tygodnika dla młodzieży – bardzo kolorowy, z wielkimi nagłówkami i z ogromną liczbą fotografii zawładnął ich wyobraźnią.

Pisano w nim o filmie i gwiazdach filmowych, a prócz tego znaczna część tekstów poświęcona była muzyce popularnej, w tym tej importowanej z USA. W ciągu roku „BRAVO” zwiększyło nakład do 200 tysięcy, a przed rokiem 1960 czytało go już 1,6 miliona czytelników. Komercyjny sukces „BRAVO” związany był z komercyjnym sukcesem kultury młodzieżowej, która zaspokajała potrzeby młodych ludzi i która importowała wiele ikon ze Stanów Zjednoczonych. Magazyn traktował głównie o popkulturze, ale wiele z jego artykułów wykazywało bardzo paternalistyczny stosunek wobec swoich młodych czytelników<sup>207</sup>.

„BRAVO” zaczęło wpływać na wartości młodych ludzi czy wręcz ich wychowywać na zupełnie nowy sposób i według innego modelu, niż tego pragnęli ich rodzice. Młodzież zaczęła ubierać się w bardzo charakterystyczny sposób – dzinsy, koszula w kratkę i obowiązkowa skórzana kurtka. Noszono stosunkowo długie, w porównaniu z wcześniejszymi standardami, włosy zaczesane do tyłu *à la* Elvis Presley i butę wypisaną na twarzy. Wzorców zachowań dostarczały dla Halbstarken ówczesne topowe gwiazdy amerykańskiej piosenki, a także bohaterowie kultowych amerykańskich filmów: *Buntownik bez powodu* i *Dziki*. Bohaterowie tych filmów stali się idolami młodych Niemców, którzy nie tylko ubierali się jak oni, lecz także chcieli żyć ich życiem: niepokornym, zbuntowanym, kontestującym otaczającą ich rzeczywistość. To z ekranowej inspiracji wzięła się fascynacja Halbstarken jednośladami – motocykle stały się ich nieodłącznym atrybutem, zaś zachowanie Johnnny’ego, granego przez Brando bohatera *Dzikiego*, zagrzewało ich do agresywnych zachowań.

W drugiej połowie lat 50. wielokrotnie dochodziło w Niemczech do rozruchów, które najczęściej miały miejsce po seansach filmowych. I tak 30 grudnia 1956 roku w Dortmundzie doszło do największych bodaj zamieszek, z udziałem młodzieży, która po seansie filmu *Rock Around the Clock* z Billem Haleyem rozpoczęła regularną bitwę z policją. Do podob-

---

<sup>207</sup> U.G. Poiger, *op. cit.*, s. 101.

nych zajęć dochodziło wielokrotnie, a młodzieńcy zapatrzeni w amerykańskich bohaterów nie cieszyli się sympatią społeczeństwa, tym bardziej że nie do końca wiadomo było, o co tym młodym ludziom naprawdę chodzi – protesty nie miały charakteru politycznego czy ekonomicznego. Za ich zachowanie winiono amerykańską kulturę. Dowodów na jej demoralizujący wpływ było wystarczająco dużo.

Maase tak tłumaczy przyczyny powstania subkultury Halbstarken:

Z głośną muzyką, dzikimi tańcami, w dzinsach, kowbojskich butach, fryzurą à la Elvis i kultem ciężkich motocykli, Halbstarken, którzy ukończyli jedynie szkoły podstawowe [*Volksschule*] stanęli przeciwko reszcie świata, szczególnie przeciwko tym, którzy byli w ich wieku i kontynuowali naukę. Ta młodzież ucząca się i studiująca, pochodząca z wyższych klas społecznych nie podzielała entuzjazmu swoich rówieśników wobec rock'n'rolla, co nie znaczy, że odrzucała amerykańską kulturę. Spośród tej bardziej aspirującej młodzieży, głównie uczęszczającej do tzw. *Mittelschule*, wywodzili się miłośnicy mainstreamowego jazzu, jak swing czy dixieland. Uczący się w szkołach wyższych gardzili wulgarną i materialistyczną kulturą amerykańską. Tworzyli subkulturę tzw. *exis*, wyrosłą z silnych inspiracji egzystencjalizmem, zapatrzeni byli w kulturę francuską, którą uważali za bardziej wysublimowaną i uduchowioną. Słuchali jazzu, lecz w jego bardziej wyszukanej postaci, bebopu i cool jazzu<sup>208</sup>.

W ten sposób różne gusty muzyczne oraz związane z tym style zachowania stały się wyznacznikami środowisk oraz warstw społecznych, z których pochodziła młodzież. Poprzez muzykę amerykańską młodzi Niemcy uprawiali swoistą symboliczną walkę klas, „w której centrum stała kwestia społecznego uznania wyobrażeń zwykłych ludzi na temat szczęścia, standardów estetycznych czy zabawy”<sup>209</sup>.

Jednak prawdziwie zmasowany atak przepuściła amerykańska kultura na linii dzielącej pokolenia. W latach 50. w Niemczech sytuacja między młodzieżą a ich rodzicami była szczególnie napięta. Tradycyjna praktyka wychowawcza w kulturze niemieckiej była oparta na ostrym rygorze i bardzo surowych zasadach. Dotyczyło to zarówno rodziny, jak i szkoły czy rozmaitych placówek wychowawczych. W powojennych Niemczech wciąż

<sup>208</sup> K. Maase, *Roll over...*, s. 14.

<sup>209</sup> Idem, „*Americanization*”...



4. Rock'n'roll dał początek transformacji niemieckiego społeczeństwa. Niemiecka młodzież na koncercie Billa Haleya w Berlinie w 1958 roku

obowiązywał tzw. pruski dryl, choć zmieniająca się rzeczywistość, a szczególnie wzrost dobrobytu społecznego i szerzący się wokół liberalizm sprawiały, że młodzież coraz częściej buntowała się przeciwko ograniczeniom i rygorystycznym zasadom wychowawczym, nie chciała być kontrolowana i surowo karana. „Ta społeczno-psychologiczna sytuacja tłumaczy częściowo, dlaczego powojenne dzieci w okresie dojrzewania wykorzystywały prowokacyjne propozycje amerykańskiej kultury młodzieżowej do zaznaczenia symbolicznej granicy oddzielającej je od starszego pokolenia. Amerykańska kultura popularna służyła jako katalizator i symboliczne narzędzie do młodzieńczych poszukiwań autonomii, nowoczesności i stylu życia bardziej odpowiedniego w nowych czasach”<sup>210</sup>.

Warto przytoczyć wspomnienie samych sprawców i uczestników tych zmian, młodych zbuntowanych Niemców, którzy w kulturze amerykańskiej szukali wsparcia do budowania swojej tożsamości. Tak jak Klaus Woldeck, urodzony w 1943 roku członek gangu Halbstarken: „Nam społeczeństwo amerykańskie wydawało się dużo młodsze niż społeczeństwo Federalnej Republiki Niemiec, w którym przeważali starzy ludzie (...)

<sup>210</sup> Idem, *Roll over...*, s. 12.

Społeczeństwo amerykańskie naszym zdaniem (...) reprezentowali James Dean, Elvis Presley, tego typu ludzie. Miałem właściwie takie wrażenie, że oni tam wszyscy są strasznie młodzi”<sup>211</sup>.

Atrakcyjność amerykańskiej kultury i generowanych przez tę kulturę wyobrażeń na temat Ameryki jako lepszego, nowocześniejszego świata wzrastała, gdy młodzież zestawiała ją z tym, co proponowali im rodzice. Klaus tak kontynuuje swoje wspomnienia:

Starzy działali nam na nerwy tym swoim ciągłym bredzeniem o wojnie i swoim wojennym doświadczeniu, zawsze je gloryfikując. (...) Gdy zaczęli mówić o kampanii rosyjskiej lub czymś takim, ich oczy zaczynały błyszczeć. (...) Mieliśmy tego dosyć, nie dlatego, że mieliśmy coś przeciwko wojsku, czy coś; ale to gadanie działało nam na nerwy. Alternatywę stanowili dla nas Amerykanie, gdzie z naszego punktu widzenia wszystko było inne: gigantyczny kraj, bogaci ludzie, wielkie samochody i dominacja młodzieży<sup>212</sup>.

Ta, jak ją nazywa Maase, oddolna amerykanizacja (*grassroot Americanization*) zachodnich Niemiec w latach 50., której efektem było unowocześnienie codziennego życia, dokonała się nie za sprawą elit, lecz młodzieży niższych warstw społecznych, która „zyskała taktyczną przewagę dzięki temu, że gloryfikacja Stanów Zjednoczonych była wtedy *raison d'être* Republiki Federalnej Niemiec. W ten sposób zapobiegli oni odnowieniu się społeczno-kulturowej mentalności z czasów przednazistowskich i przysłużyli się stworzeniu kompromisu międzyklasowego (...)”<sup>213</sup>.

Amerykanizacja Niemiec Zachodnich pokazała wyraźnie, że najsilniejsze działanie amerykanizacyjne ma kultura amerykańska w wersji antysystemowej, zbuntowanej, kontrkulturowej. Tradycyjne wartości amerykańskie, wynikające z amerykańskiego kulturowego mainstreamu, mogą oczywiście również być przywłaszczane i stosowane przez uczestników innych kultur, wpływać na ich wartości i styl życia – takim przykładem może być kultura yuppies w latach 80. Jednakże to kultura kontrkultury, wyrosła z buntu i niezgody jednostki, promująca jej indywidualizm, autonomię i wolność, jest najbardziej wpływowa i pożądana. Nawet jeśli,

---

<sup>211</sup> *Ibidem*.

<sup>212</sup> *Ibidem*, s. 13.

<sup>213</sup> *Ibidem*, s. 24.

a może przede wszystkim wtedy, gdy kultura buntu zostaje skonformizowana i zawłaszczona przez kulturę mainstreamową, zamieniona w towar i kiedy jest sprzedawana odbiorcom na całym świecie w ilościach masowych, jak butny wizerunek Marlona Brando, ma ona wciąż nieprawdopodobną moc odmieniania nie tylko życia jednostek, ale również kształtowania systemu wartości i stylów życia całych społeczeństw. W powojennych Niemczech Zachodnich miała nieprzewidziane, choć pożądane społeczne konsekwencje polegające na podważeniu autorytarnych struktur, a przede wszystkim zakwestionowaniu, czy wręcz odrzuceniu, pruskiego ideału wychowania.

Maase dostrzega jednak złożoność tych zasadniczych zmian, pisząc:

Jedną z konsekwencji wpływu postaw charakterystycznych dla amerykańskiej kultury popularnej oraz kultury życia codziennego w społeczeństwie niemieckim było to, że młodzi ludzie w Republice Federalnej Niemiec wytworzyli rodzaj habitusu, który odnosił się do trzech aspektów. Pierwszy dotyczył postaw konsumpcyjnych, które w tamtym czasie wciąż oznaczają orientację materialistyczną. Idole popkultury wiedzieli, jak wykorzystać rynek. Nie ukrywali, że chcieli zarabiać pieniądze, a nie głosić jakiegoś przesłania. To podważało długo pielęgnowaną niemiecką tradycję odwołującą się do zasad ideowych dla uzasadnienia własnego postępowania, a tym samym do myślenia w kategoriach dychotomicznych albo-albo, przyjaciel-wróg. Ta zmiana postawy utorowała drogę do bardziej elastycznego podejścia do rozwiązywania konfliktów interesów i zwiększonej gotowości do kompromisu. Drugi aspekt odnosił się do wprowadzenia mniej formalnych interakcji społecznych, co z kolei zmniejszyło symboliczny dystans między grupami, które tradycyjnie były na nierównych pozycjach władzy: kobiet i mężczyzn, młodych i starych. Dlatego też nie będzie zbyt daleko idącym twierdzeniem, że bardziej nieformalne relacje przyczyniły się do demokratyzacji społeczeństwa niemieckiego. Wreszcie, nowy habitus dotyczył również tradycyjnych koncepcji płci: umocnił nową koncepcję męskości, w której ideały dyscypliny wojskowej zostały zastąpione przez bardziej luźny koncept, uwzględniający nawet pierwiastki kobiece<sup>214</sup>.

---

<sup>214</sup> Idem, *BRAVO Amerika...*, s. 14-15.



Zdaniem niemieckich badaczy Kaspara Maase i Winfrieda Flucka spotkanie z kulturą amerykańską zmieniło niemieckie społeczeństwo, w którym amerykanizacja miała charakter oddolny, najsilniejszy wpływ wywierając na najniższe warstwy społeczne. Z drugiej strony nadawcy tej kultury nie byli bezczynni, wręcz przeciwnie, zarówno ośrodki władzy, jak i biznesu, amerykańska dyplomacja oraz środki masowego przekazu propagowały amerykańską kulturę promującą wolność, indywidualizm, równość i demokrację. Ideały i wartości, które poczynawszy od godziny zero, zaczęły zapisywać *carte blanche* niemieckiej kultury, zmieniły niemieckie społeczeństwo, niwelując różnice klasowe czy kwestionując podział na kulturę wysoką i niską. Dzięki polityce Waszyngtonu we wszystkich obszarach, ale przede wszystkim tym dotyczącym *soft power* oraz nieograniczonego wpływu amerykańskiej kultury popularnej, Niemcy, które narodziły się na nowo w 1945 roku, były uczone nie wojny i agresji, lecz budowania wielostronnych relacji zarówno w obrębie swego społeczeństwa, jak i w relacjach z innymi. Amerykańskim „okupantom” udało się nawiązać do tych tradycji politycznych Niemiec, które były „niepruskie”, a zostały całkowicie zmarginalizowane przez nazistów. Polityka USA wobec Niemiec to udany przykład *nation-building*, budowy nowoczesnego i demokratycznego państwa. „Udało się wychować bardzo liberalne społeczeństwo otwarte na inność, przełamywanie własnych ograniczeń społecznych i kulturowych, dbające o pokój, równość społeczną i czyste środowisko”<sup>215</sup>.

Warto zauważyć, że podobne zjawiska związane z transferem kultury amerykańskiej miały miejsce w sowieckiej strefie okupacyjnej, a potem, od 1953 roku, w NRD. Tuż po wojnie amerykańska muzyka jazzowa była również tam promowana i słuchana. W ruinach Berlina czy Lipska powstawały tzw. *hot clubs*, w których bawiono się przy amerykańskich dźwiękach. W tym czasie także kino amerykańskie było obecne we wschodniej części Niemiec. Wprawdzie 50% pokazywanych filmów stanowiły produkcje radzieckie, lecz publiczność kinowa otwarcie narzekała na ich ciężki, podniosły i militarny charakter, domagając się bardziej przyswajalnych obrazów – najlepiej westernów i filmów gangsterskich, na co też władze sowieckie się ostatecznie zgodziły, wykorzystując amerykańską kulturę popularną do załagodzenia niepokojów społecznych. Dodatkowo należy

<sup>215</sup> Winfried Fluck w wywiadzie udzielonym autorce 21 marca 2015 roku w Krakowie.

nadmienić, że niezwykłą popularnością w całych Niemczech cieszyły się amerykańskie *dime novels* i *pulp fiction* – tania i tandetna amerykańska literatura, głównie kryminały lub romanse, która w ogromnym stopniu i na masową skalę kształtowała wyobraźnię młodych ludzi.

W efekcie buntu młodzieży, którego doświadczali Niemcy zachodni, nie udało się uniknąć również w strefie będącej pod okupacją radziecką, gdzie także rozwinęła się subkultura Halbstarken. Młodzi ludzie wykorzystywali atrybuty i symbole amerykańskiej kultury popularnej, choć w nieco może uboższej wersji, do demonstrowania postaw opozycyjnych zarówno wobec starszego pokolenia, jak i ograniczeń politycznych i ekonomicznych, które na obszarze znajdującym się pod wpływami radzieckim i były coraz silniej odczuwalne. Propaganda sowiecka z kolei bądź wykorzystywała Halbstarken jako przykład zgubnego wpływu kultury amerykańskiej na młodzież, bądź też rozgrzeszano występki zbuntowanej młodzieży, przedstawiając je jako słuszną niezgodę na opresyjność systemu Niemiec Zachodnich<sup>216</sup>. Również we wschodnich Niemczech miały miejsce liczne rozruchy wywoływane przez młodych – w Rostocku, Halle czy Berlinie – wszędzie tam, głównie pod kinami, po seansach amerykańskich filmów, młodzież w bardzo energetyczny sposób „wyrażała swój entuzjazm dla amerykańskiej muzyki, tańcząc i śpiewając na ulicach”<sup>217</sup>.

Zjawiska wywołane amerykańską kulturą popularną, których doświadczali Niemcy po wojnie, mają charakter uniwersalny, gangi podobne do tych tworzonych przez niemieckich Halbstarken powstawały w Austrii i Szwajcarii. Podobnie demonstrowała swój bunt również młodzież francuska czy brytyjska. O pojawieniu się subkultury młodzieżowej czerpiącej z amerykańskiej kultury słychać było także w Polsce, Rumunii, a nawet w Związku Radzieckim. Bunt i afirmacja życia są immanentnie wpisane w młodość, kwestią mody pozostaje to, jakich atrybutów użyją młodzi ludzie do wyrażenia swojej odrębności. W powojennej Europie to właśnie amerykańska kultura popularna, sama dopiero co stworzywszy kulturę młodzieżową jako taką, dostarczyła młodzieży symboli, ikon, narracji, bohaterów, a przez nie stylów życia i wartości daleko im bliższych niż te, które wyznawali ich rodzice.

---

<sup>216</sup> U.G. Poiger, *op. cit.*, s. 94.

<sup>217</sup> *Ibidem*, s. 95.

Dodatkowo w zniszczonej, cierpiącej biedę i niedostatki Europie Ameryka, której wojna pozwoliła się podnieść i wyjść z wielkiego kryzysu i która w latach 50. przeżywała okres prosperity, wydawała się młodym ludziom rajem, w którym ludzie nie cierpią głodu, nie ma ruin, ciasnoty ani żadnych ograniczeń, czy to ekonomicznych, czy to politycznych. „Ameryka wyobrażona” konstruowana w wyobraźni młodych Europejczyków w oparciu o teksty amerykańskiej kultury popularnej spełniała po wojnie funkcję eskapistyczną, przy okazji będąc rezerwuarem rozmaitych i uniwersalnych wizerunków i ikon, które stały się bardzo poręczne przy demonstrowaniu niezgody i młodzieńczego buntu. Bunt ten z kolei okazał się początkiem zmian związanych z powstawaniem nowych podziałów i nowych struktur społecznych powojennego, nowoczesnego społeczeństwa.

Amerykańskie wpływy kulturowe w Niemczech w latach 60. nie są już tak jednoznaczne jak te z połowy lat 50. Po pierwsze, kontrkultura lat 60. miała bardziej złożony charakter. Inspirowana marksizmem i rozprzestrzeniająca się przede wszystkim wśród młodzieży akademickiej, miała przynajmniej na Zachodzie, czyli zarówno w Europie Zachodniej, jak i Stanach Zjednoczonych, bardzo jednorodny charakter: młodzież występowała przeciw establishmentowi, kapitalizmowi i wojnie w Wietnamie. Po wtóre, kultura popularna, która zawładnęła wyobraźnią młodzieży i stała się jej narzędziem manifestowania kulturowej odrębności, miała niekoniecznie amerykańskie pochodzenie. Zespoły The Beatles czy The Rolling Stones to przedstawiciele brytyjskich „najeźdźców”, którzy wprawdzie w swych muzycznych poczynaniach inspirowali się muzyką amerykańską, lecz zmieszawszy ją z brytyjskimi gatunkami, stworzyli nowe brzmienie, które nadało nowy bieg muzyce popularnej. Z tym nowym brzmieniem związany był też inny styl i inny image. Choć pierwsze wizerunki Beatlesów nawiązują ewidentnie do subkultury teddy boys czy nieco później rockersów, którzy o czym była już mowa, inspirowali się amerykańskim prototypem greasersów, to jednak późniejszy image miłych i grzecznie wyglądających, choć przecież wcale nie tak grzecznych chłopców wydaje się ich autorskim pomysłem. Rewolta studencka 1968 roku wydaje się mieć bardziej złożony charakter i różnorakie inspiracje: francuski egzystencjalizm, marksizm, filozofie Wschodu.

Niemiec nie ominął jednak fenomen hip-hopu, który pojawił się tam na początku lat 80. Podobnie jak przy subkulturze Halbstarke, inspiracja

przyszła od amerykańskich żołnierzy, pod koniec lat 70. wciąż stacjonujących na terenie Niemiec, oraz z mediów, głównie radia. Także filmy, takie jak *Wild Style* (1983) w reżyserii Charliego Ahearna czy *Rytm ulicy* (1984) w reżyserii Stana Lathana, zainspirowały niemiecką młodzież do nowych aktywności, jak breakdance czy graffiti, oraz nowej mody.

Hip-hop w Niemczech funkcjonował w raczej w zmutowanych formach niż jako czysta amerykańska kopia. Jedną z pierwszych niemieckich grup hip-hopowych, Die Fantastischen Vier, założoną została przez czterech pochodzących z klasy średniej rodowitych Niemców, którzy stworzyli swój niepowtarzalny styl. Bardzo osobiste teksty nasycone refleksją nad relacjami międzyludzkimi i innymi uniwersalnymi tematami członkowie grupy śpiewają po niemiecku<sup>218</sup>. Jednak największy rynek hip-hopu, podobnie jak we Francji czy Wielkiej Brytanii, został stworzony przez mniejszość etniczną, w tym wypadku społeczność turecką, która w bardzo twórczy sposób wykorzystuje tę oryginalnie amerykańską muzykę i całą kulturę hip-hopu do komentowania rzeczywistości *gastarbeiters*, obcego wyrwanego ze swojej kultury, a nigdy nie zaakceptowanego w nowym społeczeństwie. Teksty wykonywane są po turecku, co jeszcze podkreśla inność wykonawców i ich niedopasowanie oraz problemy z określeniem tożsamości.

Przypadek kultury hip-hop, jak sugeruje Tony Mitchell, winien być postrzegany nie jako wyraz kultury afroamerykańskiej, lecz globalny wehikuł dla zaznaczenia przynależności do młodzieży jako grupy społecznej oraz narzędzie tworzenia lokalnych tożsamości<sup>219</sup>. Idąc jednak tropem rozumowania australijskiego badacza, tak samo należałoby rozumieć wcześniejsze gatunki muzyczne, jazz czy rock, które również zaczynając od amerykańskich scen, zdobyły globalną publiczność, a trafiając na lokalne potencjały kreatywności, były przekształcane w endemiczne formy muzycznej ekspresji, służące miejscowym odbiorcom. Amerykańskie pochodzenie tych gatunków gdzieś po drodze się wytrącało, traciło swoją wagę.

---

<sup>218</sup> E. Richardson, *Hiphop Literacies*, Routledge, London–New York 2006, s. 74, *Literacies*.

<sup>219</sup> *Global Noise. Rap and Hip Hop outside the USA*, ed. T. Mitchell, Wesleyan University Press, Middletown 2001, s. 2, *Music/Culture*.

Wciąż jednak ważne pozostaje pytanie o to, dlaczego właśnie te formy zyskują taką popularność. Kluczową rolę odgrywa w moim przekonaniu charakter amerykańskiej kultury oraz kategoria „Ameryki wyobrażonej”, która czyni je szczególnie efektownymi, zwłaszcza na pierwszych etapach ich funkcjonowania na obcych terytoriach. „Ameryka wyobrażona” pełna jest wizerunków i wizji, mniemań i domniemań, które stają się bazą i punktem wyjścia do wyrażania własnych emocji i opinii. Amerykańska muzyka okazała się wyjątkowo atrakcyjna w przypadku ekspresji postaw wywrotowych, przekory i niezgody na zastaną rzeczywistość. Nie bez znaczenia jest tu również prężne działanie przemysłu kulturowego, który w procesie utowarowiania oddolnie tworzonych tekstów, zjawisk i zachowań kulturowych za pomocą narzędzi marketingu i reklamy maksymalnie dostosowuje swoje produkty do potrzeb odbiorców.

## 6. PODSUMOWANIE

Powyższe omówienie wybranych zagadnień i zjawisk związanych z obecnością amerykańskiej kultury w Wielkiej Brytanii, Francji i Niemczech wykazuje różnice w istnieniu i recepcji tej kultury wynikające z sytuacji politycznej czy charakteru narodowego tych krajów. Wielka Brytania mimo refleksji krytycznej pojawiającej się w dyskursie publicznym na temat wpływów amerykańskiej kultury zachowuje wobec niej partnerskie i symetryczne relacje, starając się również propagować i sprzedawać swoje produkty kulturowe za oceanem. Francja od lat stosuje strategię obronną i wykorzystując rozmaite narzędzia, ogranicza dostęp amerykańskiej kultury, aby móc promować własną. Z powodów językowych francuska kultura nie jest dla Amerykanów tak atrakcyjna jak brytyjska, co nie znaczy, że transfer kulturowy z Francji do Ameryki nie ma miejsca. Francuskie kino i muzyka cieszą się sporym zainteresowaniem i poważaniem wśród amerykańskiej klasy średniej. Niemcy wreszcie to przypadek, w którym amerykańska kultura została społeczeństwu przedstawiona jako model preferowany, ale okazała się tak fascynująca, szczególnie dla młodych Niemców, że przy jej pomocy dokonała się swoista transformacja niemieckiego społeczeństwa.

Omówione przypadki pokazują także wiele podobnych zjawisk występujących w różnych krajach, lecz w tym samym mniej więcej czasie i w bardzo podobnej formie. Są to na przykład zjawiska dotyczące kultury młodzieżowej, która tworzy właśnie takie ponadnarodowe plemię „dzikich”, w bardzo podobnej formie wyrażające swoje niepokoje i demonstrujące zachowania subwersywne. Produkty amerykańskiej kultury są przez młodych twórczo wykorzystywane do ekspresji emocji i poglądów. Pokazało to zarówno przypadek rock’n’rolla i subkultur, które wokół niego wyrosły, teddy boys, les blousons noirs czy Halbstarken, jak i globalnego rozprzestrzenienia się hip-hopu.

Wszystkie omówione zjawiska są przykładami dyfuzji kulturowej<sup>220</sup>, która może odbywać się za sprawą świadomego działania dawców kultury, zainteresowania biorców lub też całkiem spontanicznie. Amerykańskie idee, estetyka, narracje, dźwięki i kolory przenikały do obcych kultur, a bywało, że zintegrowały się z lokalnym systemem kulturowym. To przenikanie jest samo w sobie zjawiskiem fascynującym. Zrozumiałe, że w świecie wolnej wymiany ludzkiej i towarowej funkcjonują rozmaite nośniki takiej kultury: ludzie, biznes, teksty medialne, różne wydarzenia (na przykład koncerty), w których ludzie uczestniczą, zarażając się jak wirusem pewnym fenomenem kulturowym.

W Polsce międzywojennej, którą zajmujemy się w następnym rozdziale, amerykańska kultura tak właśnie wchodziła w polską przestrzeń: głównie „przywożona” z Londynu, Berlina czy Paryża lub, jak w przypadku filmu, prosto z Ameryki. Docierała dzięki elegantkom bywającym w europejskich stolicach, artystom, mediom. Sprawa robi się znacznie bardziej interesująca, gdy po wojnie opuszczona zostaje żelazna kurtyna, gdy ten obieg kulturowy zostaje wstrzymany, a mimo to procesy nie ustępują, przybierają jedynie formę „osmotycznego przenikania wartości, norm i wyobrażeń symbolicznych (a także tęsknoty za kulturą ucieleśnioną w przedmiotach konsumpcji), z jaką mieliśmy do czynienia w powojennych realiach”<sup>221</sup>. W procesie osmozy chodzi, jak wiadomo, o wyrównanie

---

<sup>220</sup> Zob. np.: R. Linton, *Dyfuzja*, [w:] *Świat człowieka – świat kultury. Antologia tekstów klasycznej antropologii*, wybór i red. E. Nowicka, M. Głowacka-Grajper, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 338-353.

<sup>221</sup> W.J. Burszta, *Osmoza kulturowa. Kontestacja w PRL*, [w:] *Doświadczenie i dziedzictwo totalitaryzmu na obszarze kultur środkowoeuropejskich*, red. J. Goszczyńska, J. Królać, R. Kulmiński, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2011, s. 72.

stężeń roztworów, w Polsce Ludowej, mimo żelaznej kurtyny, która okazała się w gruncie rzeczy półprzepuszczalną błoną, pojawiło się oddolne dążenie do przejmowania z wolnego i nowoczesnego Zachodu elementów, które by przynajmniej część tej wolności i nowoczesności przeniosły do odizolowanej Polski. W gruncie rzeczy, gdyby się głębiej zaśtanowić, to również procesy zachodzące w Polsce międzywojennej przypominały bardziej proces osmozy, w którym chodzi o wyrównanie poziomów. Polska, która odzyskała po wielu latach niepodległość, była krajem zacofanym i w naturalny sposób dążyła do wyrównania zapóźnień. Wzorce z bardziej rozwiniętej Europy Zachodniej i zadomowiona w niej amerykańska kultura popularna przenikły do Polski jako zwiastuny nowoczesności zarówno cywilizacyjnej, jak i obyczajowej. Jest to naturalny kierunek transferu kulturowego w relacjach centrum z peryferiami.





## ROZDZIAŁ 3

### SPOTKANIE PIERWSZE. ASPIRACJE I FASCYNACJE W DRODZE KU NOWOCZESNOŚCI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W DWUDZIESTOLECIU MIĘDZYWOJENNYM

Modernity is a qualitative, not a chronological, category<sup>222</sup>.

#### I. ZARYS SYTUACJI POLITYCZNO-SPOŁECZNEJ

Jak słusznie zauważa Andrzej Mania:

dla Stanów Zjednoczonych do końca XIX wielu Europa Wschodnia była prawie całkowicie *terra incognita*. Wynikało to przede wszystkim z nielicznych kontaktów Amerykanów z tą częścią Europy. (...) Ponadto aż do 1890 roku relatywnie niewielu emigrantów z USA pochodziło z tych ziem. Dopiero przełom wieków charakteryzował się znaczącym napływem emigrantów z Europy Wschodniej. W efekcie Ameryka, a szczególnie prezydent Woodrow Wilson, przejawiała zainteresowanie losem tamtejszych narodów, głosząc idee samookreślenia narodów i 14 punktów Wilsona w styczniu 1918<sup>223</sup>.

Dla Polski ważny był punkt 13 programu pokojowego Wilsona mówiący o „Stworzeniu niepodległego państwa polskiego na terytoriach zamieszkałych przez ludność bezsprzecznie polską, z wolnym dostępem do

---

<sup>222</sup> T. Adorno, *Minima Moralia. Reflection on a Damaged Life*, transl. by E.F.N. Jephcott, Verso, London 2005, s. 218, *Radical Thinkers*, 1.

<sup>223</sup> A. Mania, *Bridge building. Polityka USA wobec Europy Wschodniej w latach 1961-1968*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1996, s. 15-16, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 1180. *Prace z Nauk Politycznych*, 54.

morza, niepodległością polityczną, gospodarczą; integralność terytoriów tego państwa ma być zagwarantowana przez konwencję międzynarodową<sup>224</sup>. 11 listopada 1918 roku, po stu dwudziestu trzech latach niewoli, Polska odzyskała niepodległość, lecz nie pokój. Odbudowa państwa na dobre ruszyła dopiero po zakończeniu wojny polsko-bolszewickiej w marcu 1921 roku.

Jeszcze w roku 1920, jak wskazuje Mania, zaledwie 1% amerykańskiego handlu ulokowany był w Europie Wschodniej<sup>225</sup>, dopiero lata 20. otworzyły rynki tej części Starego Kontynentu, w tym Polski, na coraz większe wpływy amerykańskiego biznesu i amerykańskiej kultury popularnej, z biznesem od zawsze bardzo blisko związanej. To, co odróżnia okres międzywojenny od okresu powojennego, jeśli chodzi o źródła amerykańskich wpływów kulturowych, to bardzo znikomy udział dyplomacji w promowaniu kultury amerykańskiej. Stosunki dyplomatyczne nawiązane między obydwojma krajami w czerwcu 1919 roku nie były szczególnie dynamiczne w żadnym obszarze działalności. Dopiero zimna wojna pozwoliła dostrzec ważność kultury w budowaniu odpowiednich relacji, a co najważniejsze, w wojnie ideologicznej o serca i umysły obywateli. Mimo to sama kultura amerykańska przed wojną miała się w Polsce całkiem dobrze. Być może dlatego, że poprzez swój uniwersalny charakter, dostępność kodów, jakimi się posługiwała, przemawiała do zróżnicowanego etnicznie i narodowościowo społeczeństwa polskiego. Według powszechnego spisu ludności z 1921 roku Rzeczpospolita liczyła 27,2 miliona mieszkańców, zamieszkałych na ziemiach o łącznej powierzchni 388,6 tysiąca kilometrów kwadratowych<sup>226</sup>, a jej struktura narodowościowa wyglądała następująco: Polacy 65%, Ukraińcy 16%, Żydzi 10%, Białorusini 5%, Niemcy 4%, pozostali (Rosjanie, Czesi, Słowacy, Litwini i inni) 1%. Zaznaczmy jednak już na początku, że nie można mówić o masowej recepcji amerykańskiej kultury. Powody zostaną wyjaśnione poniżej.

Wart odnotowania jest również fakt, że właśnie wtedy, po zakończeniu I wojny światowej, ideały amerykańskie zaczynały zdobywać global-

---

<sup>224</sup> *President Wilson's Fourteen Points*, World War I Document Archive, [online] [http://wwi.lib.byu.edu/index.php/President\\_Wilson%27s\\_Fourteen\\_Points](http://wwi.lib.byu.edu/index.php/President_Wilson%27s_Fourteen_Points), dostęp: 13 XI 2014.

<sup>225</sup> A. Mania, *op. cit.*, s. 16.

<sup>226</sup> W. Roszkowski, *Historia Polski 1914-2004*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 32.

ny zasięg. Przekaz, jaki Ameryka przesyłała wtedy światu, to wiadomość o sprawiedliwości, wolności i szczodrości, to działanie w imię idei jedności i solidarności. Zarówno 13 punkt planu pokojowego Wilsona, jak i wsparcie<sup>227</sup>, jakiego udzielono Polsce po wojnie, sprawiły, że Polacy o Ameryce myśleli ciepło. Tym bardziej że od pokoleń wśród Polaków funkcjonował już mit Ameryki, kraju wprawdzie dalekiego i nieco egzotycznego, ale otwartego i bogatego.

Położenie Ameryki jest niewątpliwie istotnym składnikiem jej mitu – odległej ziemi zza mór i oceanów, do której trudno dotrzeć, ale za to można o niej snuć nieograniczone fantazje. Istotnym wyzwaczem tych fantazji była amerykańska literatura, przekłady słynnych pisarzy amerykańskich Fenimore’a Coopera czy Marka Twaina, czy literatura popularna sytuująca akcję wydarzeń w Ameryce, najczęściej na Dzikim Zachodzie. Od dawna jawiła się też Polakom Ameryka jako kraj bardzo zamożny, zasobny nie tylko w rozmaite bogactwa naturalne, lecz także dobrze rozwinięty, zapewniający swoim obywatelom dostatnie życie.

Obraz otwartej i bogatej Ameryki przez lata budowali polscy emigranci. Ich opowieści, listy i dobra przesyłane rodzinom generowały rozmaite fantazje Polaków na temat tego kraju. Janusz Tazbir pisze, że już w czasach Rzeczypospolitej wyobrażenia dotyczące Ameryki były zdominowane obrazami złota, którego według „wielu mieszkańców Rzeczypospolitej było w Ameryce tyle, że nie potrzebowano szukać tego kruszcu pod ziemią. Keckermann opisywał, jak to złoto spływa w strumieniach górskich (...)”<sup>228</sup>. Natomiast Oskar Kolberg twierdzi, że „Jamerykę bogatą w złote góry” wyobrażali sobie chłopci z podkrakowskich wsi jeszcze pod koniec XIX wieku. To opisami wybrukowanych złotem amerykańskich ulic namawiali wtedy do wyjazdu za ocean biednych mieszkańców Europy Wschodniej przed-

---

<sup>227</sup> Organizację Armii Hallera i zakup dla niej dobrego sprzętu pokryły środki Polonii amerykańskiej, która wykazała ogromne zaangażowanie i determinację we wsparciu działań niepodległościowych. Po wojnie misja American Relief Administration, na której czele stanął Herbert Hoover, dostarczała do Polski ponad 400 tysięcy ton żywności miesięcznie. Najbardziej tragiczna była sytuacja dzieci polskich – choroby, głód, wysoka śmiertelność – dlatego akcje pomocy skierowano najpierw do nich. Ta działalność była powszechnie znana i zbudowała bardzo dobry wizerunek Amerykanów i samego Hoovera. Zob.: *Herbert Hoover a Polska*, Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego Collegium Maius, [online] <http://www2.maius.uj.edu.pl/hoover.html>, dostęp: 16 VI 2015.

<sup>228</sup> J. Tazbir, *Rzeczpospolita szlachecka wobec wielkich odkryć*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1973, s. 99, *Omega*, 249.

stawiciele agencji emigracyjnych, propagując i utrwalając społeczne wyobrażenie Ameryki jako bardzo bogatego kraju<sup>229</sup>.

Wkrótce amerykańskie bogactwo zaczęło być utożsamiane z dolarem, którego siła nabywcza była w Polsce przedwojennej, a jeszcze bardziej powojennej niemal magiczna. Mit dolara nabrał mocy na początku XX wieku, kiedy nasiliła się emigracja zarobkowa Polaków do Stanów Zjednoczonych. Każdy, kto miał kogoś za oceanem, mógł się czuć uprzywilejowany, nie tylko dzięki spływającym regularnie dolarom, które pozwoliły mu żyć na znacznie wyższym poziomie, lecz także przesyłanym paczkom, które pełne były dóbr w Polsce rzadko dostępnych.

Jednocześnie mniej więcej od drugiej połowy XIX wieku w wyobrażeniach Polaków Ameryka funkcjonowała jako kraj bardzo nowoczesny. W opublikowanych w 1876 roku wspomnieniach Kalikst Wolski pisał, że „Każdy prawie mieszkaniec Nowego Jorku używa takiego komfortu, na jaki w naszej Europie ledwie najbogatsi ludzie zdobyć się mogą”<sup>230</sup>, zaś kilka lat później w opublikowanych w 1880 roku *Listach z podróży do Ameryki* Henryk Sienkiewicz przekonywał, że dążenie Amerykanów do „ulepszeń życia ludzkości i postępu (...) opłotło amerykański kontynent siecią dróg żelaznych i wykształciło amerykański styl produkcji wszelkich dóbr”<sup>231</sup>. Ten obraz kraju bogatego, nowoczesnego, otwartego i przyjaznego został wzmocniony właśnie dzięki roli, jaką odegrały Stany Zjednoczone w zakończeniu I wojny światowej oraz odzyskaniu przez Polskę niepodległości, jak również powojennej pomocy.

Omówienie obecności amerykańskiej kultury popularnej w Polsce międzywojennej oraz interakcji, w jakie wchodzili z nią jej użytkownicy, jest interesujące z kilku powodów. Po pierwsze, pokaże ono, jakie formy kultury amerykańskiej były w Polsce obecne. Po drugie, ciekawie będzie zobaczyć je w kontekście na nowo definiującej się po odzyskaniu niepodległości polskiej kultury narodowej oraz ocenić, na ile globalna już wtedy amerykańska kultura popularna współtworzyła polski krajobraz kulturowy. Po trzecie wreszcie, wykaże, na ile po zakończeniu wojny nowe oko-

---

<sup>229</sup> M. Pollack, *Cesarz Ameryki. Wielka ucieczka z Galicji*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011, s.10.

<sup>230</sup> *Ameryka w pamiętnikach Polaków. Antologia*, oprac. B. Grzełoński, Interpress, Warszawa 1975, s. 89.

<sup>231</sup> *Ibidem*, s. 193.

liczności polityczne pozwoliły tej kulturze funkcjonować, a na ile zmieniła ona swój status i miejsce. Wydarzenia wojenne wstrzymały wiele praktyk kulturowych, które w czasie okupacji były najmniej istotne. Nie ma jednak wątpliwości, że po zakończeniu II wojny światowej ludzie powracali do aktywności, które znali sprzed jej wybuchu, i wiele działań i zainteresowań powojennych było jawną kontynuacją tych z dwudziestolecia międzywojennego<sup>232</sup>. Stąd czas sprzed wojny należy potraktować jako punkt wyjścia, który stworzył bazę do budowania późniejszych relacji między tekstami amerykańskiej kultury a ich polskimi użytkownikami.

Analiza kontaktów Polaków z kulturą amerykańską w tym okresie uświadamia nam, jak bardzo wojna i komunizm wytrąciły Polskę z nurtu modernizacji opartego na wzorcach zachodnich, narzucając radziecki model postępu ze wszystkimi jego ograniczeniami. W tym kontekście rok 1989 był niejako powrotem na ścieżkę rozwoju, z której Polska zmuszona była zboczyć w wyniku wojny i powojennych zmian geopolitycznych. Tony Judt twierdzi, że „Z perspektywy czasu lata 1945-1989 zaczęły być postrzegane nie jako próg nowej epoki, lecz okres przejściowy: powojenny wkręt, niezamknięta sprawa konfliktu, który dobiegł końca w 1945 r., ale jego epilog trwał jeszcze pół wieku”<sup>233</sup>. Ten rozdział pozwoli nam zrekonstruować pewną ciągłość i zobaczyć, na ile II Rzeczpospolita była obecna w globalnym strumieniu wpływów amerykańskiej kultury popularnej. Skoncentrujemy się na dwóch kluczowych produktach tej kultury – kinie i muzyce jazzowej. Zwrócimy również uwagę na jeden z istotnych produktów kultury materialnej, jakim jest amerykański samochód.

Zanim jednak do tego przejdziemy, zarysujmy bardzo krótko tło kulturowe okresu 1918-1939, przy czym interesować nas będzie obszar kultury popularnej, zrozumiałej i przeznaczonej dla każdego. Kultura amerykańska wyrosła na gruncie zindustrializowanego, zurbanizowanego, wielokulturowego społeczeństwa i, co warto podkreślić, była to w swych początkach kultura bardziej miejska niż wiejska. Kultura ta była ściśle

<sup>232</sup> Katarzyna Stańczak-Wislicz zauważa tę tendencję w odniesieniu do literatury. W pierwszych latach po wojnie „formy literatury popularnej jawnie kontynuowały tradycję sprzed 1939 roku. W Katowicach wznowiono brukową serię »Co Tydzień Powieść«, prywatni edytorzy z powodzeniem drukowali pieśni dziadowskie o okrucieństwach świeżo zakończonej wojny, a Czytelnikowska »Przyjaciółka« ewidentnie opierała się na znińskiej »Mojej Przyjaciółce«” – K. Stańczak-Wislicz, *Wstęp*, [w:] *Kultura Popularna w Polsce...*, s. 7.

<sup>233</sup> T. Judt, *op. cit.*, s. 14.

związana z odpowiednią infrastrukturą – popularna gazeta, kina, kluby jazzowe, radio były raczej przywilejem mieszkańców miast, choć akurat w Ameryce system usług pocztowych, instytucje katalogów, dostępność samochodów udrożniły kanały dostępu do tych dóbr również ludziom z obszarów wiejskich. W Polsce przedwojennej kultura popularna powstawała wraz z odbudowującym się państwem. W swych początkach, zaraz po zakończeniu wojny, była mocno zróżnicowana etnicznie i narodowościowo – inaczej realizowany był projekt kultury popularnej w społeczności żydowskiej, inaczej ukraińskiej, a jeszcze inaczej polskiej.

Antonina Kłoskowska pisze o pierwszym progu umasowienia, który nastąpił w drugiej połowie międzywojnia, za sprawą masowej literatury i tzw. wydawnictw brukowych: romansów dla kucharek, melodramatów, literatury sensacyjnej, kryminalnych opowieści z Dzikiego Zachodu, a także kalendarzy, senników, ubarwionych opowieści o świętych<sup>234</sup>. Należy dodać jeszcze pieśni dziadowskie i nowiniarskie dostępne w tzw. obiegu kramarskim<sup>235</sup> oraz różnego rodzaju teksty patriotyczne – to one głównie miały budować utraconą więź narodową. Zważmy jednak, że przy stosunkowo wysokim poziomie analfabetyzmu<sup>236</sup> wciąż wielu mieszkańców Polski było wykluczonych z uczestnictwa w tego typu kulturze. Kino natomiast posługiwało się wprawdzie obrazami, ale po pierwsze, dostępne było w większych ośrodkach, a po drugie, gdy filmowe opowieści stały się dłuższe i bardziej złożone, obraz był uzupełniany napisami, co znów wymagało umiejętności czytania. Kultura popularna niewymagająca wyrobionego ani nawet umiejącego czytać odbiorcy w okresie międzywojennym to kultura jarmarczna, cyrki, wesołe miasteczka czy tzw. ballada podwórzowa.

Na tym tle zaczęły przenikać do Polski teksty amerykańskiej kultury popularnej, choć nie były to jedyne obce formy kultury popularnej – w kinach było sporo filmów niemieckich i francuskich. Inspirowano się też francuską piosenką i kabaretem. Po nawiązaniu stosunków dyplomatycznych ze Stanami Zjednoczonymi podobnie jak w innych państwach euro-

<sup>234</sup> A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, PWN, Warszawa 1980, s. 414.

<sup>235</sup> K. Stańczak-Wislicz, *Od Trędowatej od Niewolnicy Isaury...*, s. 227.

<sup>236</sup> Henryk Zieliński podaje, że w 1931 roku 23,1% polskiego społeczeństwa nie umiało czytać ani pisać. W Warszawie analfabeci stanowili 10% mieszkańców, zaś na Wołyniu i Polesiu ten odsetek dochodził do 48%. Za: H. Zieliński, *Historia Polski 1914-1939*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1983, s. 308.

pejskich uaktywnił się amerykański biznes. W kontekście naszych rozważań istotny będzie głównie przemysł kulturowy, choć w innych gałęziach przemysłu: motoryzacyjnym, chemicznym, spożywczym, Amerykanie również wykazywali znaczną aktywność rynkową.

## 2. AMERYKAŃSKIE KINO W SŁUŻBIE MODERNIZACJI

Szczególną operatywność wykazywał amerykański przemysł filmowy, który podobnie jak w Europie Zachodniej bardzo szybko wykorzystał swoją przewagę i zawładnął wyobraźnią Polaków. Było to tym łatwiejsze, że kinematografia polska rozwijała się bardzo powoli, jako wyłącznie prywatna inicjatywa, skupiona głównie w Warszawie, w której „nie było jednak wielkich koncernów filmowych ani anonimowych kapitałów zaangażowanych w kinematografię. Jej jednostki były rozproszone, rynek filmowy ubogi i nieustabilizowany. Nadawało to produkcji filmów incydentalny, chałupniczy i spekulacyjny charakter”<sup>237</sup>. „W efekcie w latach 1918-1939 zrealizowano w Polsce 321 długometrażowych filmów fabularnych, które były własnością 146 przedsiębiorstw”<sup>238</sup>. Polscy producenci okresu międzywojnia nie mogli też liczyć na wsparcie państwa, pochłoniętego dużo ważniejszymi sprawami niż budowanie narodowej kinematografii.

Jakby na przekór złej sytuacji producentów polscy odbiorcy byli nadzwyczaj aktywni i od pojawienia się ruchomych obrazów żywotnie nimi zainteresowani. W roku 1911 w Warszawie było już z około sześćdziesięciu kin, a około roku 1914, jak dowodzą Władysław Banaszkiewicz i Witold Witczak, można mówić o nawyku systematycznego uczęszczania do „swojego kina na każdą zmianę programu”<sup>239</sup>. Widzowie polscy oglądali „te same filmy, które oglądała publiczność zachodnia, gdyż pochodziły z największych wytwórni europejskich i amerykańskich”<sup>240</sup>. Począwszy od roku 1919, Stany Zjednoczone stały się niekwestionowanym liderem

<sup>237</sup> E. Zajiček, *Poza ekranem. Kinematografia polska 1918-1991*, Filmoteka Narodowa-Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1992, s. 10.

<sup>238</sup> B. Gierszewska, *Czasopiśmiennictwo filmowe w Polsce do 1939 roku*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, Kielce 1995, s. 23.

<sup>239</sup> W. Banaszkiewicz, W. Witczak, *Historia filmu polskiego*, t. 1: 1895-1929, red. nauk. J. Toeplitz, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1966, s. 66.

<sup>240</sup> B. Gierszewska, *op. cit.*, s. 22.

w produkcji i dystrybucji filmów i „mogły chłonnemu rynkowi kinematograficznemu oferować blisko 900 pełnoprogramowych obrazów rocznie. Większość z nich to trzecio-, czwarto- lub siedmiorzędne seryjne hollywoodzkie produkty, ale to, co prezentowały w pierwszej dziesiątce kasowych albo artystycznych osiągnięć, wystarczyło, aby opanować rynek światowy, w tym również dystrybucję filmów w II RP”<sup>241</sup>.

W początkach kontaktów polskiego odbiorcy z amerykańskimi produkcjami zachwyty budziły głównie komedie slapstickowe z wytwórni Macka Sennetta oraz amerykańskie westerny. Polscy odbiorcy znali świetnie zarówno Charliego Chaplina, Bustera Keatona, jak i Williama Harta czy Toma Mixa. Wielbiono również hollywoodzkie gwiazdy wielkiego kalibru, jak Mary Pickford czy Rudolfa Valentino.

Kino amerykańskie zachwycało też krytyków. Szczególnym jego entuzjastą był Leon Trystan, ważna osobowość polskiej myśli filmowej lat 20., który współpracował między innymi z czasopismem „Kinema”, publikującym tak przychylne opinie o amerykańskich produkcjach, jak ta:

Amerykańskie filmy są prawie wszystkie zdjęte w raju kalifornijskim pod błękitnym podzwrotnikowym niebem. Zostały one wytworzone przez „dzieci słońca”, które są bardzo dobrze wynagradzane, jedynie tylko za uśmiech białozębny. W tym jest ich wartość. Ten świat, ten stary zubożały świat potrzebuje uśmiechu, którego sam z siebie wydać nie może i dlatego zaprowadzać musi konserwację tego na celuloidzie. Dlatego zwycięża amerykański film<sup>242</sup>.

Jak twierdzi Edward Zajiček, ogromne powodzenie amerykańskich filmów

zachęciło towarzystwa filmowe USA do rezygnacji z pośredników, niemieckich, francuskich, czechosłowackich, a także polskich, którzy na początku lat dwudziestych promowali ich filmy w Polsce, oraz do przejścia interesów we własne ręce. W 1925 roku powstały w Polsce filie Foxa, First National Pictures, Universal Pictures Corporation (...), w następnych latach ekspozytury otworzyli dalsi światowi potentaci:

---

<sup>241</sup> E. Zajiček, *Zarys historii gospodarczej kinematografii polskiej*, t. 1: *Kinematografia wolnorynkowa w latach 1896-1939*, PWSFTviT, Łódź 2008, s. 229.

<sup>242</sup> *Dlaczego zwycięża amerykański film*, „Kinema” 1921, s. 41, cyt. za: B. Gierszewska, *op. cit.*, s. 153.



Paramount, Metro-Goldwyn-Mayer, Columbia Pictures Corporation, National Film Corporation, R.K.O. Radio-Films, Warner Bros. W rezultacie, w drugiej połowie lat dwudziestych film amerykański z ponad 60% udziałem w repertuarze kin, zajął czołową pozycję, przedstawiając rocznie do wyboru od 337 do 863 obrazów, w tym od 139 do 207 tytułów pełnometrażowych (...). W porównaniu z niektórymi państwami europejskimi nie były to najwyższe wskaźniki dominacji Hollywoodu w starym świecie. Na przykład (...) w Wielkiej Brytanii, Holandii, Szwecji i innych krajach filmy amerykańskie w 1927 roku stanowiły 90% repertuaru<sup>243</sup>.

Swój sukces na polskim rynku wytwórnie hollywoodzkie zawdzięczały jednak nie tylko temu, że ich produkty były dobrze zrealizowane, ale również bardzo agresywnej grze rynkowej, która miała doprowadzić do wyeliminowania konkurencji<sup>244</sup>. Ta polityka wzbudziła ogromny sprzeciw polskich przedsiębiorców branży filmowej – tak oto działania Amerykanów opisywał „Kino-Teatr dla Wszystkich”, organ polskich wpływowych przedstawicielstw branżowych:

Dopóki produkcja amerykańska przenikała na rynek polski przez polskie biura wynajmu drogą wolnego wyboru, nikt nigdy głosu sprzeciwu nie podniósł, albowiem zdobywano dla nas tylko dzieła najlepsze. Ale kiedy to zachłannym Amerykanom nie wystarcza, kiedy chcą opanować rynek przez własne ekspozytury, które działalność swą rozpoczęły od niweczenia starych placówek pracy krajowej, kiedy nie dziś, to jutro zawiśnie nad nami groza bezpowrotnej likwidacji, zdrowy głos samoobrony musi się podnieść i powinien być usłyszany przez właścicieli polskich kinoteatrów. Co dziś zagraża biurom – to jutro zagrazi Wam!<sup>245</sup>

Jednak pomimo obaw polskich dystrybutorów i zastosowania przez Amerykanów wypróbowanych w innych krajach strategii do czasu wejścia na polski rynek kina dźwiękowego nie udało się im zwiększyć swego udziału w rynku. Dopiero przełom dźwiękowy sprawił, że notowania rynkowe amerykańskiego kina znacznie wzrosły. Widzowie zachwycili się

<sup>243</sup> E. Zajiček, *Zarys historii gospodarczej...*, s. 230-231.

<sup>244</sup> Szczegóły strategii wykorzystywanych przez wielkich hollywoodzkich graczy zob.: *ibidem*, s. 232-236.

<sup>245</sup> „Kino dla Wszystkich” 1926, nr 14, s. 2, cyt. za: B. Gierszewska, *op. cit.*, s. 154.

dialogami i muzyką. Jak odnotowuje Edward Zajiček, „*Śpiewający błazen* z Alem Jolsonem utrzymywał się na ekranie warszawskiego kina Splendid przez 81 dni. Jeszcze większe powodzenie miał melodramat *Poganin* z Ramonem Novarro; w stołecznym Światowidzie był wyświetlany przez prawie 21 tygodni (146 dni)”<sup>246</sup>.

Właściciele kin, odpowiadając na zapotrzebowanie widzów, domagali się wyłącznie dźwiękowych filmów. Niestety w początkach rewolucji dźwiękowej docierało ich do Polski niewiele. Również liczba filmów niemych, których produkcję zarzucano, nie wystarczała do zaspokojenia apetytu polskich kinomanów, co w efekcie doprowadziło do tego, że amerykańscy przedstawiciele nie tylko nie musieli stosować cen dumpingowych, jak to miało miejsce przed wprowadzeniem dźwięku, ale wręcz dyktowali ceny za wypożyczenie filmów, domagając się nieprzyzwoitych wręcz kwot<sup>247</sup>.

Ciekawą inicjatywą Amerykanów, wynikłą z poszukiwań właściwej formuły pokazywania amerykańskich produkcji w językach narodowych, była realizacja w dzierżawionych przez Paramount Pictures studiach w Joinville pod Paryżem pięciu filmów w polskiej wersji językowej. Pomysł Paramountu był zgoła szatański – wymyślono bowiem, że amerykańskie scenariusze będą realizowane przez ekipy z poszczególnych krajów w ich wersjach językowych. Była to forma „lokalizacji”<sup>248</sup> produktu – amerykańskiego filmu – który dostosowano do lokalnych warunków zarówno poprzez język, jak i zatrudnienie rodzimych aktorów i reżysera. Prócz scenariusza stałe były także kostiumy, dekoracje i muzyka. W Joinville realizowano filmy w wersji francuskiej, niemieckiej, włoskiej i hiszpańskiej. W 1930 roku zdecydowano również o wyprodukowaniu wersji polskiej. Polska ekipa aktorów kierowana przez polskiego reżysera Ryszarda Ordyńskiego stworzyła w sumie pięć filmów, między innymi *Tajemnicę lekarza*, *Głos serca* i *Niebezpieczny raj*, które jednak nie odniosły spodziewanego sukcesu kasowego, dlatego przedsięwzięcia nie kontynuowano.

<sup>246</sup> E. Zajiček, *Zarys historii gospodarczej...*, s. 236.

<sup>247</sup> *Ibidem*. Zajiček przywołuje przykład transakcji warszawskiego kina Stylowy, które zakupiło trzy filmy amerykańskie za 18 tysięcy złotych. Za taką kwotę można było wyprodukować dźwiękowy film fabularny.

<sup>248</sup> „Lokalizacja” to termin funkcjonujący w branży tłumaczeniowej, a określający adaptację produktu, aplikacji komputerowej, dokumentu *etc.* do specyfiki rynku pod względem językowym i kulturowym.

Generalnie próby zmonopolizowania polskiego rynku nie powiodły się Amerykanom w takim stopniu, jak w innych krajach europejskich, w których zdobywali nawet ponad 90% udziałów w rynku. W Polsce z różnych przyczyn ten udział wahał się na poziomie około 60%. Pozostałe 40% zostało podzielone między kinematografię francuską, niemiecką – obie bardzo popularne – oraz produkcje polskie, które cieszyły się ogromnym uznaniem widzów, choć mniejszym krytyków i znawców kina<sup>249</sup>. Faktem jest, że polskie filmy przedwojenne, z racji samego systemu organizacyjnego, były robione pod tzw. masowego odbiorcę i podporządkowane dość pospolicym gustom. W erze kina niemego polska produkcja filmowa skupiła się „na powielaniu stereotypów wynikłych z uproszczonej lektury rodzimego romantyzmu. Było to częściowo zrozumiałe w początkowym okresie dwudziestolecia, kiedy byt państwowy był nadal nieustabilizowany i kino podporządkowane zostało funkcji propagandowej”<sup>250</sup>. Wtedy powstają takie filmy, jak słynny *Cud nad Wisłą* w reżyserii Ryszarda Bolesławskiego czy *Mogła nieznanego żołnierza* Ryszarda Ordyńskiego – znaniennne, że obaj ci reżyserzy byli związani z amerykańskimi wytwórniami filmowymi.

Filmy z mocnym patriotycznym przesłaniem i pełne melodramatycznych wątków były polską specjalizacją, przez widzów bardzo doceniana. W tej kwestii wprowadzenie dźwięku niewiele zmieniło – filmy historyczne lat 30. nie były już w tak otwarty sposób propagandowe, „zbliżyły się do formuły kostiumowego romansu, zgodnie z modą narzuconą przez Hollywood”<sup>251</sup>. A zatem romantyzm i patriotyzm były nadal podstawą fabular-

<sup>249</sup> Wielu krytyków zarzucało polskim produkcjom schematyczność, nadmierny melodramatyzm, złą grę aktorską. Stefania Heymanowa tak opisała „wzorcową” produkcję polską: „Podstawową treścią każdego filmu polskiego jest »romans«. (Polacy są narodem romantycznym, a filmowcy przypuszczają, że romantyzm i romans to jedno i to samo). Dzięki temu wszystkie sfilmowane powieści, bez względu na ich wartość i istotną treść, są do siebie bardzo podobne (...). Film polski poznać bardzo łatwo: jeżeli nie ma w nim dożyneków, melinyłodziejkiej, kacapów ani wojska, to jest na pewno kanapa, po której tarza się dwoje ludzi odmiennej płci. Jest to niezawodny znak, że film jest pochodzenia polskiego. Gdzie indziej kanapa jest zwykłym rekwizytem; w polskim filmie odgrywa rolę znamionną, jest zapowiedzią przełomu w życiu bohaterów i zwiastunem ich marnego końca” – eadem, *Wytwórnictwo polskiego powietrza*, „Kino” 1931, nr 46, s. 5, cyt. za: B. Gierszewska, *op. cit.*, s. 113.

<sup>250</sup> *Historia kina*, cz. 1: *Kino nieme*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Universitas, Kraków 2009, s. 872.

<sup>251</sup> T. Lubelski, *Polska Szkoła Filmowa na tle rodzimego kina*, [w:] *Historia kina*, cz. 2: *Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Universitas, Kraków 2012, s. 937.

ną snutych wówczas opowieści filmowych, w warstwie formalnej z kolei czerpano z rozwiązań amerykańskich.

Polska komedia natomiast, którą widzowie uwielbiali, inspirowała się rodzimym, głównie warszawskim kabaretem. Przejmowała z niego postaci i motywy i umieszczała je we wzorcach fabuł zapożyczonych czy to z wiedeńskiej operetki, czy francuskiej farsy bulwarowej<sup>252</sup>. Melodramat z kolei, z natury rzeczy bardzo konwencjonalny, w polskiej kinematografii występował w osobiwej krzyżówce z filmem religijnym, tworząc, jak twierdzi Tadeusz Lubelski, bardzo produktywną formułę<sup>253</sup>.

Polskie filmy, z jednej strony czerpiące ze światowych kinematografii, z drugiej zaś wnoszące pewne elementy mocno osadzone w polskiej kulturze, były przez polskich widzów bardzo chętnie oglądane, choć nie ma wątpliwości, że to kino amerykańskie było dla nich punktem odniesienia. To dlatego polskie gwiazdy przyrównywano do amerykańskich diw ekranu – Jadwigę Smosarską nazywano Lilianką, snując analogię do Lilian Gish, zaś Helena Grossówna była polską Ginger Rogers.

O tym, jak ważne było amerykańskie kino dla przedwojennego polskiego widza, świadczą magazyny filmowe, które stanowiły dla zainteresowanych problematyką X muzy najbardziej aktualne źródło informacji. Szczególnie magazyny, które badaczka przedwojennej prasy filmowej Barbara Gierszewska nazwała „popularnymi”, dają nie tylko obraz tego, jakie filmy oglądano, ale też jakie informacje były dla widzów ważne, co ich interesowało i co niewątpliwie kształtowało ich filmowe gusty oraz wpływało na modę i styl życia. Magazyny popularne charakteryzowały się sensacyjnością treści pełnej plotek i skandali z życia gwiazd oraz recenzjami zachęcającymi do pójścia do kina. W pewnej mierze można je zatem rozpatrywać jako „prasę serca”, „prasę zwierzeń”<sup>254</sup>. Popularne periodyki poświęcone tematyce filmowej spełniały trzy podstawowe funkcje: informacyjną, rozrywkową i reklamową<sup>255</sup>. Bez wątpienia spełniały także funkcję kulturotwórczą, a promowane przez nie określone trendy, mody, style życia dla Polaków miały wówczas charakter aspiracyjny. Prezentowane gwiazdy, ich wygląd, styl życia były wzorem do naśladowania. Najbardziej

---

<sup>252</sup> *Ibidem*, s. 939.

<sup>253</sup> *Ibidem*, s. 941.

<sup>254</sup> B. Gierszewska, *op. cit.*, s. 13.

<sup>255</sup> *Ibidem*, s. 12.

reprezentatywnym i popularnym przedwojennym magazynem filmowym było „Kino. Tygodnik Ilustrowany”, którego krótka analiza zawartości pozwoli nam wysunąć pewne tezy na temat charakteru spotkań Polaków z amerykańską kulturą.

Przy wyborze tego właśnie periodyku wzięto pod uwagę takie jego cechy, jak: stosunkowo najdłuższy, nieprzerwany okres obecności na rynku – pismo zostało założone w roku 1930, a ostatni numer ukazał się 3 września 1939 roku; największy spośród wszystkich magazynów filmowych nakład – 60 tysięcy egzemplarzy, oraz ogólnokrajowy zasięg. „Kino” wydawane było w Warszawie, podobnie jak znacząca większość czasopism filmowych, ale dzięki prenumeracie i odpowiednio zorganizowanej sieci dystrybucji miało zasięg ogólnokrajowy, co pozwala twierdzić, że nie tylko warszawiacy budowali swoją wiedzę o filmie i świecie filmowym na podstawie treści zawartych w „Kinie”. Ponadto „Kino” było magazynem bardzo starannie redagowanym, posiadającym luksusową szatę graficzną, znakomitej jakości ilustracje, które zajmowały 46%<sup>256</sup> całej powierzchni pisma. Było też „Kino” wyjątkowe z innego powodu – przez pięć pierwszych lat pismem kierował Leon Brun, najbardziej kompetentna osoba II Rzeczpospolitej w zakresie prasy poświęconej filmowi.

Powstanie „Kina” świadczyło wymownie o randze obrazu filmowego w życiu kulturalnym społeczeństwa polskiego lat trzydziestych. Pismo gwarantowało kulturalną rozrywkę i wiedzę ogólną o kierunkach rozwoju kinematografii. Dzięki popularnym artykułom na temat historii kina, arcyzmu filmu i na temat jego twórców niewątpliwie wpłynęło na podwyższenie kultury filmowej wśród Polaków. „Kino”, czytane głównie przez młodych, zachwycało estetycznym układem kolumn, barwnymi ilustracjami i lekkim, dowcipnym językiem<sup>257</sup>.

Dla „Kina” pisywały najznamienitsze osobistości kultury i sztuki, by wymienić Jerzego Toeplitza, Karola Forda czy Zygmunta Schindlera. Pisano o ważnych problemach dotyczących poziomu polskiej kinematografii, walki o film artystyczny, standardów dystrybucyjnych. „Kino” prezentowało sporo lekkiego materiału zamieszczonego między bardzo efektownymi ilustracjami. To, co rzuca się w oczy przy przeglądaniu numerów z róż-

<sup>256</sup> *Ibidem*, s. 62.

<sup>257</sup> *Ibidem*, s. III.



5. Amerykańskie filmy dominowały w ofercie polskich kin, a hollywoodzkie gwiazdy stały się wzorami do naśladowania dla wielu Polek i Polaków. Okładki tygodnika ilustrowanego „Kino” zdobią wizerunki Greta Garbo (nr 26/1933) i Marleny Dietrich (nr 46/1933)

nych okresów dziewięcioletniej historii pisma, to obfitość treści odnoszących się do amerykańskich produkcji i amerykańskiego rynku – słowem, Hollywood w „Kinie” dominowało, odzwierciedlając zapewne rynkowy udział amerykańskich produkcji będących w dystrybucji w polskich kinach.

Na początku ukazywania się pisma w środowisku dominował temat rewolucji dźwiękowej, co w sposób naturalny zwróciło uwagę na Amerykę. I tak w pierwszym numerze, który ukazał się 9 marca 1930 roku, na frontowej okładce znajdziemy całostronicowe zdjęcie George’a Bancrofta, na kolejnej stronie tekst otwarcia wraz z rozważaniami na temat geniuszu sztuki filmowej, jej zalet i miejsca w krajobrazie kulturowym ówczesnego człowieka. Teksty te ilustrowane są niewielkimi fotografiami hollywoodzkich gwiazdek: Estelle Taylor i Anity Page. Kolejne cztery strony poświęcone są tematyce polskiej, ale już następna to artykuł zatytułowany *Auto w filmie*, w którym autor wykazuje się znajomością fabularnych formuł i typów postaci charakterystycznych dla hollywoodzkich produkcji:

Najczęściej Ona bywa – stenotypistką, telefonistką, panią sklepową, albo czemś takim, a Ono – Roadsterem. Zresztą zdarza się też, że Ona jest początkującą, smukłą – i do pewnego stopnia jeszcze chudą – girlsą; wtedy Ono musi być konieczne Limuzyną. Czy Roadster jednak, czy Limuzyna zawsze kończy się jednak; właścicielem luksusowej limuzyny jest, oczywiście, Frank Bouton, syn króla konserw – i nie kto inny jak właśnie ładny, szlachetny Frank poślubi wspa-

niałomyślnie ubogą, ale chędogą miss. Pastor da im błogosławieństwo i pojadą 12-cylindrówką na Florydę. Zdarza się jeszcze, że rzecz się dzieje w sztabie przemytniczym, gdzieś w pobliżu doków albo składu trumien. Same zakazane mordy, kilku białych z czołami przestępców i jeden negr, mierzący 2 metry, kolos hebanowy o bicepsach jak wężył dębu. Auto potrzebne jest wówczas do ucieczki i szalonego pościgu<sup>258</sup>.

Strona siódma poświęcona jest w całości Mary Nolan *alias* Imogene Robertson i przedstawia „historię sierotki, która została królową ekranu” - ukochany mit Hollywood. Materiał jest ilustrowany licznymi zdjęciami gwiazdy. Na stronie ósmej czytelnik znalazł wywiad z Polą Negri, Polką, która niewątpliwie odniosła największy sukces w całej dotychczasowej historii Hollywood. W latach 20. i 30. Polacy bardzo przeżywali ten amerykański sen Negri, byli dumni i cieszyli się z jej sukcesów i oszałamiającej kariery. W wywiadzie aktorka zapewnia, że nie obawia się kina dźwiękowego, uwielbia nowości i stara się za nimi nadążyć, dlatego wraz z Mary i Douglasem Fairbanksami planują wystąpienie w filmie... telewizyjnym oraz promowanie nowego medium, które jak przewiduje gwiazda, zmieni świat. Strona dziewiąta to rozważania nad filmowymi męskimi bohaterami upadłymi oraz nowości z lokalnego rynku. Na stronie dziesiątej znów Hollywood – opowieść inspirowana filmem *Usta zbyt czerwone*<sup>259</sup>, niemą komedią z roku 1928, ilustrowana fotosami z filmu z wizerunkami gwiazd: Loretty Young, Florence Vidor i Alberta Contiego. Zaś na dole strony – zalecenie dietetyczne prosto z Hollywood: „Po siedmiu latach chudych Hollywood daje hasło do tycia”. Autor pisze, że choć w zakresie garderoby stolicą jest wciąż Paryż, „to co się tyczy cielesnych kanonów piękna, to prym wiedzie Hollywood, z którego donoszą, że »przeminał już okres powodzenia chudych garsoniek; dziś ładna dziewczyna, jeśli aspiruje do filmu, musi być sprężysta i wysportowana, ale i pięknie zaokrąglona gdzie trzeba«”.

Już pobieżny ogląd pierwszego numeru „Kina” pozwala zauważyć, że pismo aspirowało do filmowego magazynu poświęconego kinu światowemu, nie tylko polskiemu, przy czym światowość to głównie Hollywood. W kolejnych numerach zdarzają się informacje i fotosy dotyczące

<sup>258</sup> Z. Kleszczyński, *Auto w filmie*, „Kino. Tygodnik Ilustrowany” 1930, nr 1, s. 6.

<sup>259</sup> Tytuł oryg.: *The Magnificent Flirt*, reż. Harry d'Abbadie d'Arrast.

produkcji niemieckich, francuskich, a nawet radzieckich, zawsze jest też sporo materiałów o polskich filmach, lecz kinematografia amerykańska dostarcza co najmniej połowy materiałów tekstowych i ikonograficznych do każdego wydania. W większości numerów okładkę pierwszą i ostatnią zdobią wizerunki amerykańskich gwiazd. Przypadkowy wybór egzemplarzy z różnych okresów potwierdza tę prawidłowość. W numerze 9 z 1930 roku okładkę zdobi piękny profil Lupe Velez. W numerze z 3 stycznia 1937 roku znajdziemy na pierwszej stronie postać uroczej Shirley Temple, która zresztą pojawia się na kilku okładkach „Kina”. Mała Szirlejka, kwintesencja dziecięcej słodyczy, była uwielbiana na całym świecie, również w Polsce. Jej filmowe postaci były tak popularne, że dały początek dziecięcej modzie na Szirlejkę – kopiowano sukienki czy fryzurki *à la* Shirley Temple. Prócz tego w sklepach można było dostać kolorowanki oraz papierowe laleczki do ubierania z jej podobizną, zaś słynna kaliska Fabryka Lalek i Zabawek Drewnianych Adama Szrajera produkowała lalki inspirowane postacią małej gwiazdy.

W środku tego samego numeru pożegnanie Rudolfa Valentino – „człowieka, po którym płacze milion wdów”, dalej całostronicowe zdjęcie Catherine (May) Moylan, a potem relacja z hollywoodzkich fabryk na temat przygotowywanych tam filmów oraz krótka notatka o gigantycznych dochodach, jakie przyniosło wielkim hollywoodzkim wytwórniom wprowadzenie dźwięku. Na kolejnych stronach znajdziemy jeszcze całostronicowe zdjęcie Clary Bow i Johna Gilberta oraz relację z bójki dwóch nastoletnich chłopców, którzy pobili się o... Polę Negri – obaj byli w aktorce zakochani. Historia ta jest dowodem na funkcjonujący w społeczeństwie kult gwiazd filmowych. W tym samym numerze zamieszczono również filmowe podsumowanie roku 1936, które autor rozpoczyna od produkcji amerykańskich, bo one, jak twierdzi, „ilościowo przedstawiają się najpotężniej”. Autor wymienia dwadzieścia dwa tytuły amerykańskich filmów, z których wszystkie to znaczące obrazy klasy A w gwiazdorskiej obsadzie, na przykład *Dzisiejsze czasy* Charlesa Chaplina i *Pan z milionami* Franka Capry. Prócz tego i tu znajdziemy wskazanie dietetyczne prosto z Hollywood – diety poszczególnych gwiazd (między innymi Ginger Rogers, Barbary Stanwyck, Katharine Hepburn), które doskonale wiedzą, że ich kariera w Hollywood zależy od wiotkości sylwetki. Jest też horoskop hollywoodzkich sław oraz ich karnawałowe kreacje.



Bardzo ciekawy obraz miejsca amerykańskiej kultury filmowej w wyobrażeniach Polaków wyłania się z korespondencji Henriego Grisa, który regularnie zdawał relacje ze stolicy światowego filmu polskim czytelnikom. W tej korespondencji postanowił odpowiedzieć na listy czytelników dotyczące ekranowych bóstw. Oto kilka z nich: „Czy to prawda, że wszystkie gwiazdy dużo piją?”, „Czy wszystkie gwiazdy mieszkają w jednej dzielnicy?”, „Czy do gwiazd dochodzą listy wielbicieli?” i „Jaki jest numer telefonu do Greta Garbo?”<sup>260</sup>.

Z całą pewnością wszystkie roczniki „Kina” zasługują na szczegółową analizę zawartości, znakomicie pokazują bowiem miejsce amerykańskiej kinematografii i całej filmowej kultury w przedwojennej Polsce. Nie jest to jednak kluczowy temat tej książki, która jak zaznaczono we wstępie, ma jedynie przygotować grunt i zasygnalizować obszary warte dalszych eksploracji. Wciąż jednak pozostaje nam znalezienie odpowiedzi na pytanie, jaką rolę odegrały amerykańskie filmy w przedwojennej Polsce, jaką jakoś wniosły w życie kulturalne Polaków. Po pierwsze, z całą pewnością znakomicie zaznajomiły widzów z kinem hollywoodzkim, nie tylko z wielkimi gwiazdami i ich życiem prywatnym, ale też rozwiązaniami narracyjnymi, językiem filmu, całą stroną formalną, jak typy postaci, gatunki *etc.* Po drugie, amerykańskie filmy były oknem na świat, przez które Polacy zobaczyli różne wcielenia nowoczesności – i tej cywilizacyjnej, i tej obyczajowej. W pierwszych trudnych latach budowania nowej państwowości i nowego społeczeństwa hollywoodzkie kino spełniało funkcję bardzo podobną do tej, jaką w latach 90. pełnił serial *Dynastia*, czyli swego rodzaju przewodnika po nowej rzeczywistości, którą przecież nie wszyscy rozumieli.

O tym, jak duży wpływ na kształtowanie mody, stylu życia oraz wartości młodego polskiego społeczeństwa mogło mieć kino hollywoodzkie, świadczą reklamy zamieszczane w „Kinie”. Jak w każdym filmowym czasopiśmie materiały poświęcone bieżącemu repertuarowi stanowią reklamę samą w sobie, jeśli jednak wyjdziemy poza obszar reklam filmów, jawi się oczom czytelników bogata oferta produktów, które mają im pomóc w zbliżeniu się do ekranowych ideałów. Niemal w każdym numerze znajdziemy reklamy specyfików do wybielania zębów – past, proszków, płynów. Dzięki produktom Chlorodont, Palmolive czy Kolodont Polki i Po-

<sup>260</sup> H. Gris, *Listy z Europy*, „Kino. Tygodnik Ilustrowany” 1937, nr 1, s. 10.

lacy mogą uzyskać biel uśmiechu najpiękniejszych i najprzystojniejszych gwiazd kina. Hollywoodzki uśmiech miał już wtedy uwodzicielską moc. Wiele jest również reklam kosmetyków pielęgnujących – przy czym ich działanie ma przede wszystkim odmłodzić, wygładzić zmarszczki i zlikwidować wszystko, co szkodziłoby alabastrowej fakturze skóry. Są to więc kremy przeciwzmarszczkowe czy płyny likwidujące niedoskonałości skórne. W uzyskaniu pięknego młodego wyglądu mają pomóc również kosmetyki upiększające – przede wszystkim pudry i szminki. Reklam tych produktów znajduje się na łamach „Kina” sporo, są to często wyroby znanych światowych marek – szminki Elizabeth Arden czy puder Antiba „z puszką”. Reklamowane są również specyfiki do włosów, głównie szampony koloryzujące oraz farby. Mniej więcej od połowy lat 30. „Kino” drukuje również reklamy warszawskich salonów kosmetycznych i fryzjerskich, w których po jednej wizycie można upodobnić się do boskiej Greta czy cynicznej, ale jakże pociągającej Marleny. Prawdziwy i ostateczny szlif tak odmienionej kobiecie dają dobrej jakości perfumy. Reklam perfum jest na łamach „Kina” bodaj najwięcej i są one najbardziej okazałe. Głównie reklamowane są jednak zapachy francuskie, z Chanel N° 5 na czele.

Kult młodości, szczupłej figury i pięknego, zadbanego wyglądu jest szerzony przez „Kino” nie wprost, nie jest to wszak magazyn poświęcony zdrowiu i urodzie. Gwiazdy nie promują konkretnych produktów, lecz same ich boskie wizerunki zamieszczone w magazynie w dużych ilościach sprawiają, że czytelniczki aspirują do tego, by wyglądać podobnie, uszczknąć nieco z urody filmowej gwiazdy, a mają im w tym pomóc reklamowane specyfiki.

Osobną kwestią jest moda. Suknie, sukienki, garsonki i kapelusze noszone przez filmowe sławy stawały się obiektem zainteresowania prasy, która zamieszczała liczne fotosy gwiazd – tu znów „Kino” ze względu na swoją luksusową szatę i rozrzutność w stosowaniu fotografii niewątpliwie odegrało ogromną rolę. Długość sukni, kształt i głębokość dekoltu czy krój rękawów były kopiowane i noszone przez Polki w przedwojennej Polsce. Typ *flapper girl*, swingującej wyzwolonej dziewczyny, miał również swoją polską wersję. Inspirował głównie kobiety z wielkomiejskich elit, a aktywności takie jak wyjścia do teatrów, na koncerty czy do nocnych klubów były nieodłącznym atrybutem stylu życia i wizerunku wyzwolonych obacza-

jowo Polek. Nowa obyczajowość lansowana przez amerykańskie filmy<sup>261</sup> budziła pewne obawy społeczne. Hollywood bywało przedstawiane jako siedlisko rozpusty. W kwietniowym numerze „Do Kina” z 1932 roku w notatce *Rozpusta w Hollywood. Sodoma i gomora XX wieku* autor donosi, że „Wobec tego, co działo się w Hollywood w tegorocznym karnawale, zbłądłaby uczta Baltazara (...), a Hollywood spożył więcej szampana niż Paryż, prawie tyleż opium co Szanghaj i więcej morfiny niż wszystkie szpitale w New Yorku...”<sup>262</sup>.

Skandale obyczajowe, bujne życie towarzyskie, zdrady i romanse gwiazd – podziwianych i uwielbianych – były nie tylko pożywką dla prasy i tematem do dyskusji, ale zmieniały też obyczajowość Polaków, którzy tak jak Ameryka i Europa Zachodnia odrzucali wzorce obecne w kulturze jeszcze na początku XX wieku. Pierwsza wojna światowa zrewidowała stosunek ludzi do pewnych ważnych dotąd wartości, zakwestionowała ich zasadność, co przejawiało się odrzuceniem obyczajowych okowów i otwarciem na doczesne radości, budowaniem postaw bardziej liberalnych i hedonistycznych. W świeżo powstałym państwie polskim promowane były przede wszystkim postawy wspierające jego odbudowę, takie jak patriotyzm, zaangażowanie społeczne, edukacja dla dobra kraju. Zachęcano także do zachowania zorientowanego na rodzinę i promowano wzorce czulej i zaradnej matki oraz oddanego rodzinie ojca. Jednak oczywista była również obecność trendów światowych w zakresie zmian obyczajowych polegających na próbach redefinicji ról społecznych kobiet i mężczyzn i większej swobodzie obyczajowej.

Pierwsza wojna światowa i koniec *belle époque* przyniosły rewolucję obyczajową. Kobiety przestały być narzędziem w rękach mężczyzn, uzyskały znaczną autonomię, chociaż prawodawstwo nie nadążało za praktyką życiową. Nikogo już nie dziwiła kobieta unieważniająca małżeństwo (...) lub zmieniająca co pewien czas partnerów. Maria Pawlikowska-Jasnorzewska mogła mieć kolejno trzech mężów i nikt jej nie

<sup>261</sup> Polskie filmy zachowywały swój nieco bogobojny i sentymentalny charakter, promując cnotliwe i przyzwoite panny.

<sup>262</sup> *Rozpusta w Hollywood. Sodoma i gomora XX wieku*, „Do Kina. Ilustrowany Tygodnik Filmowy” 1932, nr 3, [online] <https://www.facebook.com/KuryerStarszawy/photos/a.376028959098695.93658.371230212911903/378549605513297/?type=1&theater>, dostęp: 18 XII 2014.

uważał za kobietę upadłą. Żony zmieniali politycy (...), a nowe panie ministrowe były uznane za pełnoprawne małżonki. W świecie artystycznym zdarzały się wolne związki, partnerzy zamieszkiwali ze sobą bez ślubu, wspólnie prowadząc gospodarstwo domowe. (...) W czasach Drugiej Rzeczypospolitej kobiety przestały oczekiwać na inicjatywę erotyczną mężczyzn<sup>263</sup>.

Źródła tych zmian należy szukać nie tylko w tekstach amerykańskiej kultury popularnej, lecz także wpływach europejskich, które również pośredniczyły w propagowaniu rozmaitych amerykańizmów. Wydaje się, że bardziej Paryż czy Berlin niż bezpośrednio Hollywood stały się dla Polaków inspiracją w obszarze zmian obyczajowych. Niezwykle ważną rolę w promowaniu nowej obyczajowości odegrała w dwudziestoleciu międzywojennym muzyka jazzowa, która ewokowała specyficzną modę, styl bycia oraz nowe wartości, takie jak indywidualizm i wolność obyczajową.

### 3. „SZAMPAN, SZATAN, SZANTAN”<sup>264</sup>, CZYLI W JAZZOWYM RYTMIE

Jazz wydaje się w okresie międzywojennym muzyką równie ważną jak wojskowe marsze i pieśni patriotyczne, przy których Polacy cieszyli się niepodległością. Przez jazz będziemy rozumieć, za *New Grove Dictionary of Jazz*, „muzykę stworzoną na początku XX wieku głównie przez czarnych Amerykanów poprzez wymieszanie elementów wziętych z muzyki europejskiej, amerykańskiej oraz plemiennej muzyki afrykańskiej”<sup>265</sup>. Zwykle początki jazzu w Stanach Zjednoczonych lokuje się Nowym Orleanie, opisując go jako muzyczny produkt nowoorleańskiego *melting potu*, i przeważnie koniec XIX wieku jest przyjmowany jako czas stopniowego wykształcania się muzyki jazzowej.

Lata 20. XX wieku to tzw. Jazz Age, nazwany tak od zdominowania audiosfery przez ragtime, stride piano czy boogie-woogie, które rozbrzmiewały nie tylko w Nowym Orleanie, ale też Nowym Jorku, Chicago,

---

<sup>263</sup> S. Koper, *Życie prywatne elit artystycznych Drugiej Rzeczypospolitej*, Bellona, Warszawa 2012, s. 44-45.

<sup>264</sup> J. Tuwim, *Bal w operze*, [online] <http://literat.ug.edu.pl/balwop/poemat.htm>, dostęp: 20 XII 2014.

<sup>265</sup> *New Grove Dictionary of Jazz*, ed. B. Kernfeld, Macmillan, London-New York 1988, s. 580.

Paryżu, Berlinie, a wkrótce także w Warszawie i Krakowie. Epoka jazzu to nie tylko czas wielkiej popularności tej muzyki, ale też cała wieloelementowa i złożona transformacja społeczna polegająca na wchodzeniu społeczeństwa amerykańskiego, a z nim również europejskiego w nowoczesność – postęp technologiczny, rozmaite wynalazki wdrażane do masowej produkcji, dostępność wielu dóbr konsumpcyjnych, nowe typy kobiecości lansowane przez kino hollywoodzkie. „Podczas gdy w muzyce poważnej manifest artystyczny był propozycją zmiany, jazz (zarówno w Polsce, jak i całej Europie) znajdował się na początku XX wieku w innej sytuacji – jego pojawienie się nie było propozycją zmiany stylistyki osadzonej w tradycji, lecz nowym kierunkiem w sztuce. Pojawił się nagle i wszedł w ukształtowane pole muzyki jako coś odmiennego, dotąd niespotykanego”<sup>266</sup>. Jazz był pierwszym gatunkiem muzyki popularnej dostępnym na masową skalę dzięki gramofonowi i radiu. Był też muzyką młodych, którzy słuchając nowych, zupełnie inaczej niż dotąd brzmiących melodii lub, co nawet częściej, tańcząc do nich, wyrażali swój bunt wobec tradycyjnych wartości. Po I wojnie światowej Europa oszalała na punkcie jazzu, nic więc dziwnego, że również młodych Polaków zachwycił „Stukotliwy kanciasty rytm i oszalamiająca dynamika joplinowskiego stylu muzyki fortepianowej, urok nieznanego i posmak egzotyki (...)”<sup>267</sup>.

Po raz pierwszy w polskim czasopiśmiennictwie słowo „jazz” pojawia się w relacji Jerzego Sosnkowskiego – architekta i dziennikarza – z jego pobytu w Paryżu, w którym wspomina Folies Bergère – najważniejsze miejsce na mapie paryskich rozrywek, w którym do rytmów wygrywanych przez „jazz-band” tańczy się „Fox-Trotta”<sup>268</sup>.

Wejście jazzu na polską scenę zaczęło się od parkietu<sup>269</sup> – nowe rytmy zmieniły tańce towarzyskie, charleston, one-step czy cake-walk były pochodnymi jazzu i to one zaczynały dominować na dancingach nie tylko w stolicy czy większych ośrodkach miejskich, ale także w kurortach.

<sup>266</sup> I. Pietraszewski, *op. cit.*, s. 41.

<sup>267</sup> K. Karpiński, *Był jazz. Krzyk jazz-bandu w międzywojennej Polsce*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2014, s. 26.

<sup>268</sup> *Ibidem*.

<sup>269</sup> Dlatego też wielu znawców i badaczy historii jazzu w Polsce twierdzi, że przed wojną nie grano w Polsce jazzu, a jedynie muzykę taneczną czerpiącą z amerykańskich wzorców. O takim spojrzeniu na początki jazzu pisze: K. Brodański, *Historia jazzu w Polsce*, Polskie Wydawnictwo Muzyczne, Kraków 2010, s. 19. Karpiński nie ma wątpliwości i przywołuje wiele przykładów obalających przekonanie, że jazz w Polsce zaczął się dopiero po wojnie.

Tańce parajazzowe wymagały stosownej przestrzeni, właściwej oprawy i klimatu charakterystycznego dla eleganckich nocnych lokali na Zachodzie. Zaczęły więc powstawać w większych miastach i miejscowościach wypoczynkowo-uzdrowiskowych, nazywanych kurortami, mniej lub bardziej wytworne restauracje z dancingami. Ich klientelę stanowili zazwyczaj ludzie zamożni, bywali w świecie, domagający się od restauratorów rozrywki na poziomie europejskim. By temu sprostać, angażowano na występy (piosenka, taniec) zagranicznych solistów, a także orkiestry. Występowały też najbardziej renomowane orkiestry krajowe, wzorowane od a do z na amerykańskich „jazz-bandach” (ubiór, zestaw instrumentów, aranżacje orkiestrowe)<sup>270</sup>.

Ta zamożna część polskiego społeczeństwa uformowała pierwszą publiczność jazzową, która określała również kryteria ocen, gust i smak w odniesieniu do tej muzyki. „Z jej udziałem tworzyła się nowa instytucja i nowa praktyka – koncerty i uczestnictwo w koncertach”<sup>271</sup>.

Jeden z najśłynniejszych polskich jazz-bandów został założony w 1922 roku przez saksofonistę Zygmunta Karasińskiego oraz pianistę Szymona Kataszka. Obaj byli gruntownie wykształceni muzycznie, ukończyli konserwatorium, ale to jazz ich uwiódł. Karasiński zachwyił się amerykańskim brzmieniem w Berlinie, gdy występował w amerykańskiej orkiestrze tanecznej. Orkiestra Karasińskiego i Kataszka odegrała też kluczową rolę w tworzeniu polskiej muzyki jazzowej, „pierwsza w Polsce wprowadziła do gry improwizację, jako nieodzowny element jazzowego muzykowania – dzięki temu można ją uznać za pierwszy w dziejach polskiego życia muzycznego zespół jazzowy”<sup>272</sup>. Poza tym orkiestra wiele koncertowała nie tylko w Warszawie, lecz także w Krakowie, Lwowie czy Łodzi. I nie tylko w eleganckich klubach i restauracjach, ale też w filharmonii, tak jak to miało miejsce w 1928 roku w Łodzi właśnie<sup>273</sup>. Prócz orkiestry Karasińskiego i Kataszka były i inne grające muzykę jazzową i mające status gwiazd – orkiestry Artura Golda i Jerzego Petersburskiego, Franciszka Witkowskiego, Ady Rosnera, Henryka Warsa były znane i uznane w całym kraju.

---

<sup>270</sup> *Ibidem*, s. 27.

<sup>271</sup> I. Pietraszewski, *op. cit.*, s. 49.

<sup>272</sup> K. Karpiński, *op. cit.*, s. 62.

<sup>273</sup> *Ibidem*.



6. Orkiestra Karasińskiego i Katuszka w Ciechocinku, 1936. Jazz zachwyił Polaków, był muzyką nowoczesności, propagował niezależność, indywidualizm i wolność obyczajową

Jednak mnogość innych, podobnych formacji była bardzo zauważalna na koncertowym rynku; każde duże miasto miało po kilka zespołów w większym lub mniejszym stopniu interesujących się jazzem – w takim ujęciu, jak to wówczas pojmowano i interpretowano w Polsce. Istniały dziesiątki orkiestr – w lokalach tanecznych, hotelach, restauracjach, większych kawiarniach, nawet w bardzo wielu kinach. Grały do tańca, występowały w radiu, nagrywały podkłady muzyczne do filmów, były uwieczniane na płytach gramofonowych, grały także na prywatnych imprezach, jak bale, często nawet u arystokracji<sup>274</sup>.

O ile znane orkiestry, grając na żywo, były dostępne dla w miarę zamożnych bywalców lokali, to dzięki technice zapisywania dźwięku na płycie gramofonowej oraz radiu, które rozwijało się bardzo dynamicznie właśnie w latach 20., jazz dotarł do większego grona odbiorców.

Działające na polskim rynku wytwórnie fonograficzne, takie jak niemiecki Odeon, który otworzył swój polski oddział w 1920 roku, oraz rodzinnie polska, powstała w 1904 roku Syrena Record, nagrywały płyty z polskim jazzem. Na przykład w 1924 roku „zespół Karasińskiego nagrał dla wytwórni Syrena Record, która mieściła się przy Chmielnej 66 w War-

<sup>274</sup> T.M. Lerski, *Jazzowe Retrolekcje 2: Orkiestra z południa – The Crazy Kiddies Jazz*, Muzeum Jazzu, [online] <http://www.muzeumjazzu.pl/retrolekcje-orkiestra-z-poludnia-the-crazy-kiddies-jazz/>, dostęp: 18 III 2015.

szawie, pierwsze utwory jazzowe. Były wśród nich: *Dinah*, *Aleksander's Ragtime Band* i *Charley my Boy*<sup>275</sup>. W roku 1929 Odeon stał się częścią Polskich Zakładów Fonograficznych, które skupiały także takie marki, jak Parlophon, Columbia i Homocord<sup>276</sup> – prawdziwie międzynarodowe towarzystwo.

Radio, które wynalezione zostało pod koniec XIX wieku, dopiero po zakończeniu I wojny światowej zaczęło naprawdę dynamiczny rozwój. W Polsce

1 II 1925 roku rozpoczęła prace próbną stacja radionadawcza Polskiego Towarzystwa Radiotechnicznego w Warszawie. Rodząca się polska radiofonia miała już swój organ prasowy, dwutygodnik „Radjofon Polski”, który drukował programy. W tych pierwszych transmisjach nadano m.in. jazz-band z Qui Pro Quo i Oazy. (...) Oficjalne otwarcie warszawskiej radiostacji Polskiego Radia nastąpiło w niedzielę 18 IV 1926 r. W programach „Radjofonu” czytamy o transmisjach jazz-bandu z Rzymu (...), Barcelony, Monachium, Zurychu, Mediolanu („potpourri piosenek jazzowych”)<sup>277</sup>.

Wkrótce normą stały się transmisje radiowe na żywo muzyki tanecznej ze znanych lokali warszawskich: Paradisu, Adrii czy z łódzkiej Romy.

Od poniedziałku do piątku zawsze o godz. 12.10 występowały na żywo w radiu orkiestry z towarzyszącymi im piosenkarzami (...). Występowała orkiestra firmy płytowej „Odeon” i dyrygent Jerzy Gert. (...) Jerzy Gert starał się bardzo zbliżyć do muzyki jazzowej, do brzmienia amerykańskich big-bandów, czego dowodem są znakomite zachowane nagrania takich standardów, jak np. *Caravan* czy *Alexander's Ragtime Band*. W czwartki o godz. 15.45 prezentowano „Godzinę Muzyki Lekkiej”, w której prym wiodła Mała Orkiestra PR, również coraz wyraźniej skłaniająca się ku swingowi. Oceniając charakter wykonawstwa tej muzyki – w warunkach polskich – należy pamiętać, że w powszechnym odbiorze ówczesnych konsumentów był to prawdziwy jazz; w takim samym tonie wypowiadała się na ten temat prasa, recenzenci, pu-

<sup>275</sup> K. Karpinski, *op. cit.*, s. 46.

<sup>276</sup> M. Wojciechowicz, *Między „Odeonem” a „Polskimi Nagraniem”. Organizacja państwowego przemysłu w Polsce po II wojnie światowej (1945-1955)*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2013, nr 1, s. 24.

<sup>277</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 41.



blicyści muzyczni, co można odszukać w dość licznych publikacjach na temat jazzu, drukowanych w Polsce do września 1939 roku<sup>278</sup>.

Rozwój radiofonii miał ogromne znaczenie dla rozwoju i popularyzacji jazzu w Polsce. W radiu prezentowano płyty rodzime i zagraniczne, transmitowano na żywo koncerty z teatrzyków czy nocnych lokali. Słuchacze wsłuchiwali się w nowe brzmienia, będące znakiem nowych czasów, nowego państwa i nowych obyczajów.

Do popularyzacji jazzu przyczyniło się również kino dźwiękowe. Pierwszy film dźwiękowy to *Śpiewak jazzbandu* (1927), w którym można usłyszeć kilka jazzowo brzmiących utworów wykonywanych przez Alę Jolsona. Ten sam aktor zagrał także w filmie *Śpiewający błazen* (1928), który był pierwszym dźwiękowym filmem obejrzanym przez polską publiczność. Oba filmy były pokazywane na polskich ekranach w roku 1929 i w obu Al Jolson pojawia jako *black face*, ucharakteryzowany na czarnego wokalistę, co jak twierdzi Krzysztof Karpiński, rozpoczęło w Polsce prawdziwą modę na „czarną Amerykę”<sup>279</sup>.

Zachłyśnięcie się dźwiękowością kina, którego doświadczała Ameryka, produkując filmy *all talking, all singing, all dancing*, nie ominęło Polski. Polacy uwielbiali amerykańskie musicale. *Król jazzu* (1930) z nagraniami zespołu Paula Whitemana, *Nocne motyle* (1933) z soundtrackiem, którego autorem był Jens Bodewalt Lampe, *Murder at the Vanities* (1934), „film policyjny rozgrywający się za kulisami wielkiego music-hallu”<sup>280</sup>, z udziałem orkiestry Duke’a Ellingtona, czy „dwa najważniejsze, stanowiące prawdziwą rewelację: *Hollywood Hotel*, poświęcony orkiestrze Benny’ego Goodmana (1937), oraz *Alexander’s Ragtime Band* (w Polsce nosił tytuł *Szalony chłopiec*), ze słynnym tematem Irvinga Berlina o tym samym tytule”<sup>281</sup>. Amerykańskich filmów muzycznych, które promowały amerykańską muzykę, pokazywano w Polsce znacznie więcej i na dobrą sprawę tylko w nich polski widz mógł usłyszeć prawdziwe jazzowe brzmienie. Producenci polskich filmów, choć zatrudniali polskich muzyków grających jazz – Karasińskiego, Golda, Petersburskiego, Warsa – niechętnie wychodzili

<sup>278</sup> T.M. Lerski, *Jazzowe Retrolekcje 1: Początki jazzu*, Muzeum Jazzu, [online] <http://www.muzeumjazzu.pl/jazzowe-retrolekcje-poczatki-jazzu-w-polsce>, dostęp: 13 III 2015.

<sup>279</sup> K. Karpiński, *op. cit.*, s. 78.

<sup>280</sup> *Wywiad z dyr. Czabanem*, „Kino dla Wszystkich” 1934, nr 23-24, s. 2.

<sup>281</sup> K. Karpiński, *op. cit.*, s. 79.

poza schemat rewiowej piosenki i nie pozwalali polskim artystom na zaprezentowanie bardziej jazzowego brzmienia.

Ważną instytucją popularyzującą jazz była YMCA (Young Men's Christian Association), ekumeniczna organizacja promująca chrześcijańskie wartości, pracę jednostki nad harmonijnym rozwojem młodego ciała, umysłu i ducha. Organizacja została założona w Londynie przez sir George'a Williama w roku 1844, ale wkrótce zdobyła popularność także w innych krajach europejskich, a w drugiej połowie lat 50. XIX wieku trafiła do Stanów Zjednoczonych, gdzie rozwijała się jeszcze prężniej niż w Europie. Ze Stanów właśnie

(...) w roku 1919 dotarła do Polski jako amerykańska misja humanitarna. Jej zadaniem było niesienie pomocy żołnierzom dotkniętym wojenną traumą. Oprócz dostarczania żywności i lekarstw, organizowała także świetlice i propagowała aktywne spędzanie wolnego czasu poprzez sport. Nie każdy chyba wie, że gry takie jak siatkówka czy koszykówka rozwinęły się właśnie w YMCA. Za okazaną pomoc wdzięczny naród polski przezwiał ją pieszczotliwie „Ciocią Imcią”. Idea tak przypadła Polakom do gustu, że w 1923 powstało pierwsze ognisko YMCA w Krakowie<sup>282</sup>.

A zaraz potem kolejne oddziały YMCA Polska powstały w Warszawie, Łodzi i Gdyni. W 1927 roku przy ulicy Krowoderskiej 8 oddano do użytku bardzo nowoczesny budynek z pierwszym w Krakowie krytym basenem i salami do ćwiczeń. W ramach kółek zainteresowań zaczęto tam uczyć muzyki, w tym także muzyki jazzowej. W 1936 roku podobny obiekt wybudowano w Warszawie przy ulicy Konopnickiej 6.

Warszawska YMCA odegrała niezwykle ważną rolę w rozwoju polskiego jazzu i promocji amerykańskiej kultury. Po zakończeniu II wojny światowej w siedzibie organizacji zamieszkał Leopold Tyrmand, miłośnik i promotor muzyki jazzowej, który przy Konopnickiej 6 zorganizował wiele ważnych jazzowych imprez. Warto jednak podkreślić, że przed wojną miejsce to również rozbrzmiewało jazzem. „W gmachu YMCA odbywały się wieczory i zabawy taneczne przeznaczone dla członków tej organizacji.

---

<sup>282</sup> A. Jaźwiński, *O Leopoldzie Tyrmandzie, Cioci Imci i jazzie*, Muzeum Jazzu, [online] <http://www.muzeumjazzu.pl/o-leopoldzie-tyrmandzie-cioci-imci-i-jazzie-2/>, dostęp: 17 II 2015.

W ramach działalności klubowej tworzone koła zamiłowań artystycznych, powstało więc także koło muzyczne. Jednym z założycieli sekcji o nazwie Jazz Club był perkusista Maciej Dobrzyński<sup>283</sup>.

Dobrzyński pod koniec lat 60. tak wspominał swoją przedwojenną przygodę z YMCA i jazzem:

Moja pasja jazzowa zaczęła się przed wojną, byłem jednym z pierwszych jazzmanów w Polsce. W 1937 r. w warszawskiej YMCA zetknąłem się z pewnym urzędnikiem bankowym. Nazywał się Stefan Buchholz, był pianistą – samoukiem, „opętany” przez jazz. (...) Tak on, jak i ja otrzymywaliśmy za pośrednictwem YMCA sporo płyt oraz pisma „Bandleader” i „Down Beat”. W wąskim gronie zaczęły się przesłuchania płyt. Z czasem grupa entuzjastów powiększyła się na tyle, że utworzyliśmy w YMCA sekcję pn. „Jazz Club”. Naszymi faworytami byli wtedy Ella Fitzgerald, Benny Goodman i członkowie jego kwartetu, a z big-bandów bracia Dorsey, Artie Shaw, Court Basie, Duke Ellington. (...) Muzyków i zespołów jazzowych było wtedy w Polsce nieporównywalnie więcej niż obecnie. (...) Ady Rosner, doskonały trębacz, przychodził także na nasze koncerty. Często przekształcały się one w *jam sessions*, trwające do 12-tej, 1-ej w nocy (...). Przeważał styl dixieland, swing i odwieczne tematy: *Saint Louis Blues*, *Sophisticated Lady*, *Stardust*, *Swanee River*. Panowała pełna muzycznej swobody atmosfera entuzjastycznego oddania się jazzowi<sup>284</sup>.

Warto także wspomnieć o orkiestrach zagranicznych, w tym amerykańskich, które koncertowały w Polsce, choć nie odwiedzały one Polski tak często jak Niemiec, Francji czy Wielkiej Brytanii, gdzie wymiana muzyków była bardzo dynamiczna, co w efekcie wpłynęło na powstanie dużo bogatszej sceny jazzowej w tych krajach. Dużym wydarzeniem roku 1926 „były występy amerykańskiej rewii *The Chocolate Kiddies* Louisa Douglassa, z zespołem czarnoskórego pianisty Sama Woodinga”<sup>285</sup>. Amerykanie dali prawdopodobnie dwa koncerty, w Gdańsku i w Warszawie. Krzysztof Karpiński wspomina również o występie amerykańskiej grupy *The Utica Jubilee Singers*, która w 1929 roku w ramach tournée po Europie wystąpiła we Lwowie<sup>286</sup>. Ten sam zespół w kwietniu 1930 roku wystąpił ponownie

<sup>283</sup> K. Karpiński, *op. cit.*, s. 203.

<sup>284</sup> „Jazz” 1967, nr 10, s. 2, 14, cyt. za: K. Brodacki, *op. cit.*, s. 71-72.

<sup>285</sup> K. Karpiński, *op. cit.*, s. 47.

<sup>286</sup> *Ibidem*, s. 55.

w Krakowie, Poznaniu i prawdopodobnie w Warszawie. Nieco później, bo w roku 1937 roku warszawiacy mieli okazję posłuchać prawdziwego jazzu w wykonaniu autentycznej amerykańskiej gwiazdy, słynnego pianisty i wokalisty Joe Turnera, który przez trzy tygodnie koncertował w warszawskim Cafe Clubie. Uchodził za jednego z najlepszych pianistów na świecie, grał klasyczny amerykański jazz, a Cafe Club pękał w szwach<sup>287</sup>.

O tym, że muzyka jazzowa była w Polsce przedwojennej ważna, świadczy fakt założenia w powstałej w 1933 roku w Krakowie Szkole Muzycznej im. Władysława Żeleńskiego Wydziału Jazzu, którego celem „było »wychowanie zawodowych muzyków jazzowych«, a jednym z nauczanych przedmiotów historia jazzu”<sup>288</sup>. Zadziwia również wielość dostępnych na polskim rynku periodycznych publikacji poświęconych jazzowi, zarówno polskich: „Rytm”, „Muzyka”, „Echo Artystyczne”, jak i zagranicznych: „Band Leader”, „Down Beat”, „Melody Maker” czy „Jazz Hot”<sup>289</sup>.

Warto jednak odnotować, że jazz, który niewątpliwie wniósł nową jakość do polskiego życia muzycznego, kulturalnego, towarzyskiego i nocnego, podobnie jak kino hollywoodzkie nie przez wszystkich był przyjmowany z entuzjazmem. „Z niechęcią i rezerwą odniosła się do jazzu część opinii publicznej o konserwatywnych zapatrywaniach (niekoniecznie muzycznych), nie akceptowali go niektórzy kompozytorzy i muzycy niechętni wszelkim nowinkom, nie brakowało też otwartych napaści i pamfletów podszytych szyderstwem, jadem i nienawiścią”<sup>290</sup>.

W czasopiśmie przeczytać można było takie między innymi opinie:

Świat tańczy i śpiewa dzikie i bezsensowne, a zasilane w rytmie butelkowo-patelniowym jazzbandem: „Schimmy”, „Tanga”, „Foxy”, „Jazzy” i tym podobne zjawy<sup>291</sup>.

Kulturze grozi o wiele większe niebezpieczeństwo ze strony barbarzyńskich jazzbandów, a zwłaszcza ze strony białych murzynów tego rodzaju. Jak demoralizująco i destruktywnie działa ta pozornie amerykańska zaraza, uświadomić sobie można stwierdzeniem, że prawie

---

<sup>287</sup> *Ibidem*, s. 194.

<sup>288</sup> *Ibidem*, s. 103.

<sup>289</sup> *Ibidem*, s. 438.

<sup>290</sup> *Ibidem*, s. 28-29.

<sup>291</sup> S. Szlązak, *Muzo polska, oblecz należne Ci szaty*, „Nuta Polska” 1925, nr 1, cyt. za: K. Karpiński, *op. cit.*, s. 29.

wszędzie dzikie orgie atonalnej prymitywności wyrugowały normalne zespoły orkiestralne i że dzisiejszy przeciętny obywatel zostaje deprawowany systematycznie jazzbandami kawiarni i restauracji. Nie jest to przesadą, jeżeli twierdzą znawcy, że cały nowoczesny modernizm muzyczny jest niczym innym, jak tylko obniżeniem kulturalnego poziomu muzycznego do poziomu barbarzyńskich uczuć powojennych, czyli że jazzband, a właściwiej powiedziawszy jazzbandytyzm opanował świat od dołu do góry<sup>292</sup>.

Autor tej krytycznej recenzji, mimo całego subiektywnego jadu, zwraca uwagę na dwie istotne rzeczy. Pierwsza to fakt skojarzenia jazzu z nowoczesnością. Jazz był rzeczywiście symbolem czasów nowoczesnych, nieco szalonych, nieco rozwiązłych. Tańce, z którymi go nieodłącznie kojarzono, były dynamiczne i swobodne, partnerzy wydawali się mieć w nich równe role, niekoniecznie mężczyzna prowadził – co wraz ze swobodnym ubiorem kobiet oraz faktem, że w klubach, w których królował jazz, kobiety chętnie sięgały po papierosy i alkohol, sprawiało, że jazz stał się muzyką emancypującą, dekonstruującą tradycyjne role społeczne i popularną głównie wśród nowoczesnych i młodych duchem. Nowoczesność i postęp w międzywojennej Polsce miały bez wątpienia jazzowe brzmienie.

Drugim istotnym poruszonym przez autora artykułu aspektem był nieamerykański charakter polskiego jazzu. „Społeczeństwo polskie nie zdaje sobie widocznie z tego sprawy – pisał – że rozwój jazzbandu, szczególnie w tej formie, w której u nas występuje, nie ma nic wspólnego z Ameryką”<sup>293</sup>. Rzeczywiście, charakter granego przed wojną w Polsce jazzu budził wątpliwości natury zasadniczej – czy muzyka tworzona przez polskie przedwojenne bandy to był w ogóle jazz. Krzysztof Karpiński nie ma wątpliwości, że tak było, choć przyznaje, że słowo „jazz” było w tamtych czasach bardzo modne i zdecydowanie nadużywane. Sprawę tę najrozsądniej wyjaśnia Igor Pietraszewski:

U swego zarania jazz był autonomicznym polem sztuki – pojawił się w Polsce jako muzyka taneczna uprawiana głównie na dancingach i w lokalach rozrywkowych. Był muzyką nowego powojennego ruchu młodzieżowej intelektualnej awangardy, która sprzeciwiała się dotych-

<sup>292</sup> *Muzykalność a jazzbandytyzm*, „Muzyka i Śpiew” 1926, nr 58, s. 6, cyt. za: K. Karpiński, *op. cit.*, s. 31.

<sup>293</sup> *Ibidem*.

czasowej kulturze mieszczańskiej. Przenikała z Ameryki do Europy i porywała za sobą młodych ludzi jako jedyna nowoczesna wielkomiejska muzyka ludowa. Do Polski przenikał z Europy Zachodniej – zapotrzebowanie rosło wraz z oczekiwaniami polskich uczestników życia rozrywkowego Europy, którzy chcieli mieć „u siebie” międzynarodową rozrywkę na międzynarodowym poziomie<sup>294</sup>.

Rozważania, czy polski jazz przedwojenny to jazz, czy tylko amerykańska muzyka taneczna, wydają się mniej istotne dla obszaru naszych rozważań i problem ten powinien być dyskutowany przez muzycznych ekspertów. Znacznie ważniejsza jest rola, jaką odegrał ten nowy rodzaj muzyki w społeczeństwie polskim, wprowadzając je w główny nurt procesów modernizacyjnych.

Zważmy, że jazz przeniknął do Polski różnymi drogami, częściowo bezpośrednio z USA, a częściowo w sposób zapośredniczony z krajów Europy Zachodniej, które już tę muzykę zmodyfikowały, zachowując w niej pewne charakterystyczne elementy, ale też dodając własne oryginalne, wyrosłe z rodzimych tradycji muzycznych. Podobnie jak w przypadku jazzu granego przez niemieckich muzyków, o czym wspomniano w poprzednim rozdziale, również jazz polski składał się z elementów odtwórczych przynależnych amerykańskiemu brzmieniu i twórczego, specyficznego polskiego wkładu. W efekcie na bazie amerykańskiego oryginału powstała nowa wersja tej muzyki. Warto jednak, pominąwszy dylematy *stricte* muzycznej natury dotyczące tego, czy grany wtedy jazz był czystym jazzem i czy był grany świadomie<sup>295</sup>, zwrócić uwagę na uniwersalny charakter funkcji społecznej, jaką jazz spełnił we wszystkich niemal krajach na świecie: wyzwalał, burzył dawne granice społeczne między płciami czy warstwami społecznymi, był muzyką egalitarną, która najpełniej wyrażała ducha tamtych powojennych i, jak się wkrótce okazało, również przedwojennych czasów. To jazz, a za nim dopiero inne gatunki amerykańskiej muzyki popularnej, rock'n'roll czy hip-hop, stał się wyrazicielem potrzeb młodego pokolenia:

---

<sup>294</sup> I. Pietraszewski, *op. cit.*, s. 45.

<sup>295</sup> Tych argumentów używają krytycy koncepcji, że jazz był grany w Polsce już przed wojną. Twierdzą oni, że muzyka, którą grano, nie miała wiele wspólnego z oryginalnym jazzem amerykańskim bądź też że „świadome granie jazzu” narodziło się dopiero w Polsce po II wojnie światowej. Zob.: K. Karpiński, *op. cit.*, s. 458.

buntu, wolności, niezależności, indywidualizmu, ekspresji emocjonalnej czy artystycznej.

Jazzowi udało się wzbogacić rozmaite kultury na świecie nie z powodu swojej rewolucyjnej estetyki i geniuszu swoich twórców. Kluczowa dla zerwania z europejską tradycją kolonialną przez jazz i muzykę z jazzu się wywodzącą była radykalna transformacja zasad wykonania i obyczaje odbioru tej muzyki w zachodniej kulturze muzycznej. Również różnorodność innych elementów przysłużyła się sile tej nowej muzyki. Globalny urok tej nowej eklektycznej sztuki wynikał nie tyle z jej wspólniejszej ekspresyjności w pokonywaniu cierpienia i czerpaniu radości, co z buntu przeciwko konwencjom, jej uroku wyrzutka, jej udanego szyderstwa z tradycyjnych strażników kapitału kultury wysokiej – oraz globalnego pochodzenia jej elementów składowych<sup>296</sup>.

Jazz stał się jednak istotnym elementem łączącym Polskę międzywojenną, która w mozole budowała gospodarkę wolnorynkową i nowoczesną państwowość, z Polską powojenną, w której wolny rynek był słowem zakazanym, zaś nowoczesność interpretowano w osobliwy, właściwy reżimowi komunistycznemu sposób. Jazz był jedną z pierwszych form kulturowej aktywności, którą zaczęto po wojnie<sup>297</sup> uprawiać – co nie byłoby możliwe bez dobrej znajomości tej muzyki, zarówno przez artystów, jak i słuchaczy, nabytej jeszcze przed wojną. „Śluszenie twierdzi Lech Terpiłowski, że polski jazz nie powstał *in vitro* ani za sprawą dzieworódtwa. Bo skąd wzięliby się muzycy, którzy już w latach 1945-1949 grali jazz w lokalach rozrywkowych oraz *sessions* prowadzonych przez Leopolda Tyrmanda i Wojciecha Brzozowskiego?”<sup>298</sup>

<sup>296</sup> R. Wagnleiter, *Jazz – the Classical Music of Globalization*, [w:] *Ambivalent Americanizations. Popular and Consumer Culture in Central and Eastern Europe*, eds. S.M. Herrmann et al., Universitätsverlag Winter Heidelberg, Heidelberg 2008, s. 32, *American Studies*.

<sup>297</sup> Jazz grano również w trakcie wojny. Krzysztof Karpiński poświęca temu cały rozdział swojej książki. Wielu muzyków, szczególnie żydowskiego pochodzenia, udało się na wschód i tam na dłużej lub krócej wracali do swoich muzycznych aktywności, grywając w lokalach Białegostoku, Wilna lub Lwowa. W Warszawie powstały nowe orkiestry, które występowały w niektórych z licznie działających w czasie okupacji kawiarni czy restauracji. Szczególnie ciekawą postacią był Georg Scott, obywatel amerykański, który organizował duże, kilkunastoosobowe orkiestry jazzowe. W słynnych lokalach U Aktorek, Bodega czy Cafe Swann regularnie grywały jazzowe orkiestry. Muzyka jazzowa pomimo zawieruchy wojennej miała swoich wiernych słuchaczy, a wielu muzyków grało ją i dla chleba, i z prawdziwej pasji. Więcej na ten temat: K. Karpiński, *op. cit.*, s. 461-514; K. Brodacki, *op. cit.*, s. 77-100.

<sup>298</sup> K. Karpiński, *op. cit.*, s. 456.

#### 4. AMERYKAŃSKI SAMOCHÓD I POCZĄTKI KULTURY SAMOCHODOWEJ W POLSCE

Ważnym elementem amerykańskiej kultury, który był w Polsce międzywojennej obecny z intensywnością, jakiej nie powtórzył nigdy później, był amerykański samochód. Wprawdzie trudno w tym czasie mówić o ogromnych wpływach samochodu na kulturę polską, był on dobrem rzadkim i raczej elitarnym. Polska należała do najmniej zmotoryzowanych państw w Europie. Według *Małego Rocznika Statystycznego* z 1939 roku na 10 tysięcy mieszkańców Polski przypadało jedynie 10 samochodów, dla porównania w Stanach Zjednoczonych było to 2288 aut na 10 tysięcy mieszkańców, w Anglii 511, we Francji 523, w Niemczech 251, w Czechosłowacji 69, a w Rumunii 16. Z wymienionych w *Roczniku* państw Polska zajmowała ostatnią pozycję<sup>299</sup>. Mimo to również w Polsce samochód powoli odmieniał społeczeństwo.

W latach 20. XX wieku Stany Zjednoczone, a za nimi również Europa Zachodnia, weszły w fazę dynamicznej budowy społeczeństwa konsumpcyjnego. Intensywny rozwój technologii upowszechnił wiele dóbr konsumpcyjnych, na przykład gotowych, produkowanych masowo ubrań, kosmetyków, papierosów, urządzeń domowych czy właśnie samochodów. Badacze kultury amerykańskiej twierdzą, że wpływ produkcji taśmowej Forda w 1907 roku miał w kilkunastoletniej perspektywie znacznie większe konsekwencje niż tylko miliony wyprodukowanych samochodów. Dzięki temu systemowi produkcji robotnicy wiele zyskali: znacznie lepiej zarabiali, mieli więcej wolnego czasu, a w konsekwencji coraz mniej swoich zarobków wydawali na zaspokojenie potrzeb podstawowych, zaś coraz więcej na dobra służące rozrywce i wypełnieniu czasu wolnego. Samochód sam w sobie wpłynął na wiele aspektów codziennego życia Amerykanów, sprzyjał wspólnym rodzinnym podróżom, zmienił obyczaje randkowe, uczynił Amerykanów bardziej mobilnymi, a nade wszystko służył budowaniu amerykańskiego indywidualizmu i poczucia niczym nieskrępowanej wolności.

---

<sup>299</sup> *Mały Rocznik Statystyczny* 1939, Główny Urząd Statystyczny RP, Warszawa 1939, s. 200, Repozytorium Cyfrowe Instytutów Naukowych, [online] <http://rcin.org.pl/dlibra/doc-content?id=17198&from=FBC>, dostęp: 15 III 2015.



„Ford Motor Company służy jako idealny symbol nowoczesnej zintegrowanej gospodarki przemysłowej. Nowa technologia umożliwiła bardziej elastyczną mobilność jednostek. Ludzie przenosili się na przedmieścia, wyjeżdżali na dłuższe wakacje, używali samochodu, by wyrwać się z domu i konsumować swój wolny czas w sposób do tej pory niewyobrażalny”<sup>100</sup>. Ford T był samochodem egalitarnym, był tani i dostępny. Henry Ford niezwykle praktycznie podchodził zarówno do produkcji, jak i reklamy swoich aut, w przeciwieństwie do swojego konkurenta, Alfreda Sloana, który jako prezes General Motors w latach 1923-1941 bardzo zręcznie wykorzystał narzędzia marketingu i reklamy do odpowiedniego pozycjonowania samochodów. Zauważył, że ludzie poprzez samochody, którymi jeżdżą, chcą znaczyć swoje miejsce w strukturze społecznej, a słynny Ford T im takiej możliwości nie dawał. Dlatego też General Motors zdywersyfikował produkcję, różnicując produkowane przez siebie marki pod względem grupy docelowej, do której chciał dotrzeć. Dla lepiej zarabiających były przeznaczone cadillac i buick, zaś chevrolet miał zadowolić mniej zamożnych klientów. Sloan był absolutnie przekonany, że klienci są w stanie zapłacić więcej, kupując bardziej luksusowe auto, a wraz z nim nową możliwość zaznaczenia swego statusu. To Sloan bardziej niż Ford, dzięki zastosowanym przez siebie narzędziom marketingowym, przyczynił się do stworzenia nowoczesnego społeczeństwa konsumenckiego – podatnego na reklamę, podążającego za nowością i konsumującego nie tyle same produkty, co symboliczne znaczenia, które ewokują.

Zarówno Ford Motor Company, jak i General Motors bardzo szybko rozpoczęły globalną ekspansję, budując montownie w wielu krajach europejskich i stając się poważnymi graczami na rynku dla europejskich producentów aut – Fiata, Renault czy Citroëna. Dla naszych rozważań ważny jest fakt bezdyskusyjny w świetle statystyk, że Polacy wjeżdżali w nowoczesność głównie amerykańskimi samochodami.

Z pierwszymi amerykańskimi automobilami Polacy zetknęli się tuż po zakończeniu I wojny światowej. Tomasz Szczerbicki, wybitny znawca motoryzacji, twierdzi, że w latach 1914-1920 za sprawą działań wojennych i pośpiesznych zakupów podczas wojny polsko-bolszewickiej trafiło do

<sup>100</sup> D. Blanke, *Rise of the Automobile*, Teaching History, [online] <http://teachinghistory.org/history-content/beyond-the-textbook/24073>, dostęp: 16 III 2015.

Polski między 2000-3000 samochodów amerykańskich. Źródła podają, że chevrolety dotarły do Polski z Błękitną Armią Hallera, a w latach 20. kilkanaście sztuk, ze względu na swoją nietypowość, zostało sprzedanych do użytku cywilnego<sup>301</sup>.

W 1920 roku przez krótki czas, na potrzeby wojny i wojska, działała na terenie Rzeczypospolitej montownia Ford Motor Company. W połowie drugiej dekady XX wieku Ford otworzył również montownię cywilną, która wyprodukowała około 350 sztuk słynnych Fordów T, i choć zamierzano wybudować na terenie Polski fabrykę z prawdziwego zdarzenia, to zbyt długi proces decyzyjny sprawił, że wybuch wielkiego kryzysu ostatecznie zamknął temat i fabryka Forda w Polsce nie powstała.

Dużo lepiej rozwijała swój biznes w Polsce firma, którą zarządzał Sloan. W 1924 roku trafiło do Polski 125 chevroletów sprowadzonych z powstałej nieco wcześniej montowni w Kopenhadze, a od 1927 roku chevrolety stają się najpopularniejszymi samochodami w Polsce. W okresie od lipca 1928 do stycznia 1931 roku bardzo prężnie funkcjonowała w Polsce montownia General Motors.

Gdy przedstawicielstwa innych marek sprzedawały u nas rocznie po 50-70 samochodów, uznawały to za sukces, warszawska montownia Chevroleta składała miesięcznie około 300 aut i wszystkie były niemal natychmiast sprzedawane. I chociaż wielki kryzys pogрузzył to przedsięwzięcie, to w wyniku niespełna trzyletniej działalności tej firmy 30-35% samochodów zarejestrowanych w Polsce to były właśnie chevrolety. Były też plany budowy fabryki, kupiono ziemię pod Ożarowem, rozpoczęto inwestycję, lecz spadek popytu spowodowany wielkim kryzysem sprawił, że inwestycję zawieszono<sup>302</sup>.

Po kryzysie w latach 1936-1939 ruszyła drugi raz montownia chevroletów: „(...) spółka Lilpop Rau & Loewenstein (LR&L) podpisała umowę licencyjną z amerykańskim koncernem General Motors Corporation (GMC). Umowa gwarantowała spółce wyłączność na sprzedaż i prawo produkcji samochodów marki Opel, Chevrolet i Buick”<sup>303</sup>. W tym okresie pol-

---

<sup>301</sup> Tomasz Szczerbicki, korespondencja elektroniczna z autorką, 16 III 2015.

<sup>302</sup> *Ibidem*.

<sup>303</sup> *Montaż samochodów w przedwojennej Polsce – Lilpop Rau & Loewenstein*, Oldtimery, [online] [http://oldtimery.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=80:mon](http://oldtimery.com/index.php?option=com_content&view=article&id=80:mon)

skie społeczeństwo znacznie się wzbogaciło i chętnie kupowało właśnie chevrolety, które gwarantowały zdecydowanie lepszą relację jakości do ceny. „Gdy państwowa fabryka Polskiego Fiata oferowała model 518 za 9200 zł, o wiele nowocześniejszego Chevroleta tej samej klasy można było kupić za 7640 zł”<sup>304</sup>.

W efekcie właśnie amerykańskie Chevrolety okazały się najpopularniejszą marką w przedwojennej Polsce. „Ostatnie przedwojenne dane z 31 marca 1939 r. mówią, że między Przylądkiem Rozewie nad Bałtykiem a Zaleszczykami i Zbruczem na południowo-wschodnich rubieżach przedwojennej Polski kursowały już 31 804 samochody osobowe (...), z czego 40 proc. stanowiły Chevrolety”<sup>305</sup>.

Ważną rolę w popularyzacji amerykańskiej marki odegrała także nowoczesna reklama



7. Reklama Chevroleta zamieszczona w przedwojennej prasie polskiej w 1938 roku

wzorowana na jej najlepszych amerykańskich formach, jednakże odpowiednio przystosowana do polskich realiów społeczno-kulturowych lat 30-tych. (...) Reklamy ukazywały się w szerokim wachlarzu czasopism – motoryzacyjnych, społecznych, towarzyskich oraz prasie codziennej. Zajmowały najczęściej całą stronę. Prezentowane hasła miały zwrócić uwagę na solidność, prestiż firmy, wzbudzać zaufanie do jej produktu. Na przykład: „Chevrolet – wytworna elegancja i wygoda”, „Chevrolet 6

taz-samochodow-w-przedwojennej-polsce-lilpop-rau-a-loewenstein&catid=18:stare-samochody&Itemid=554, dostęp: 20 III 2015.

<sup>304</sup> Tomasz Szczerbicki, korespondencja elektroniczna z autorką, 16 III 2015.

<sup>305</sup> *Ulubione auto II RP*, „Newsweek Polska” 2013, 4 XI, [online] <http://historia.newsweek.pl/chevrolet-czyli-czym-wojna-jezdziel-dziadek-artykuly,273055,1.html>, dostęp: 17 III 2015.

– zamknięty samochód w cenie wozu otwartego”, czy „Dziś bardziej niż kiedykolwiek najpopularniejszy samochód w Polsce”<sup>306</sup>.

Dzięki tym bardzo popularnym reklamom Chevroleta dotarło do Polski wyobrażenie na temat Ameryki i amerykańskiego stylu życia i choć wizerunki i slogany tych reklam nie promują otwarcie określonych zachowań, aktywności czy wartości, a bardziej solidność, nowoczesność i niezawodność produktu, to z całą pewnością dla Polaków reklamy te były bardzo sugestywnym przekazem na temat Ameryki, standardów życia i wraz z hollywoodzkimi produkcjami w sposób znaczący przyczyniły się do budowania polskiego snu o Ameryce. Prócz fordów i chevroletów w przedwojennej Polsce popularne były także inne amerykańskie marki: Buick, Cadillac czy Chrysler, adresowane do bardziej zamożnych odbiorców. „Wszystkie te marki uznawane były powszechnie za szczyt techniki i jakość. Lepsze były już tylko wyroby boskie. To była powszechna opinia społeczna, poparta tym, że samochody amerykańskie były naprawdę dobre i trwałe”<sup>307</sup>.

Samochód jako dobro konsumpcyjne o znaczeniu kulturowym nie odmienił rewolucyjnie Polski przedwojennej, wciąż był dobrem rzadkim, lecz jednocześnie był jednym z kluczowych produktów, których użytkowanie wskazywało na tworzenie się w Polsce społeczeństwa konsumpcyjnego mającego świadomość marki, jej symbolicznego znaczenia. Samochód również odmienił w pewnym zakresie obyczaje Polaków – uczynił ich bardziej mobilnymi zarówno w sferze aktywności zawodowych, jak i czasu wolnego: prawdziwi pasjonaci organizowali liczne automobilkluby, rajdy samochodowe, a zwykli użytkownicy – rodzinne wycieczki na wieś.

Mimo że Polska rzeczywiście była gospodarczo zapóźniona, bardzo szybko te opóźnienia nadrabiała, aspirując do stania się nowoczesnym państwem europejskim. Polskie marzenia o nowoczesności i dobrobycie zostały gwałtownie przerwane 1 września 1939 roku, a późniejsze losy kraju sprawiły, że okres międzywojnia ze swoimi niedoskonałościami przez kolejne 50 lat jawił się jako złote czasy dobrobytu. W budowaniu tego wy-

---

<sup>306</sup> *Montaż samochodów w przedwojennej Polsce – pierwsza montownia Chevroleta*, Oldtimery, [online] [http://oldtimery.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=200:chevrolet&catid=18:stare-samochody&Itemid=1](http://oldtimery.com/index.php?option=com_content&view=article&id=200:chevrolet&catid=18:stare-samochody&Itemid=1), dostęp: 17 III 2015.

<sup>307</sup> Tomasz Szczerbicki, korespondencja elektroniczna z autorką, 16 III 2015.

obrażenia o przedwojennym dobrostanie ważną rolę odegrały amerykańskie produkty konsumpcyjne, z których samochód wydaje się mieć znaczenie szczególne.

## 5. PODSUMOWANIE

Amerykańska kultura popularna i konsumpcyjna w okresie przedwojennym była przede wszystkim nośnikiem znaczeń odnoszących się do postępu i nowoczesności, zarówno w aspekcie postępu technicznego, jak i obyczajowego. Obecność amerykańskiej kultury popularnej łączyć należy z dużymi ośrodkami miejskimi, z których Warszawa ogrywała rolę najważniejszą. Polska międzywojenna, wbrew wielu obecnie popularnym tezom, wypływających z nostalgii czy potrzeb stworzenia narodowej mitologii, była krajem zacofanym i biednym, z wyraźnym podziałem na centrum i peryferie<sup>308</sup>. Kultura popularna wyrosła niejako z konieczności zaspokojenia potrzeb właśnie heterogenicznych, zurbanizowanych społeczeństw mających dostęp do technologicznych środków jej dystrybucji (na przykład kina) czy czegoś tak nieoczywistego na polskiej przedwojennej prowincji jak elektryczność<sup>309</sup>, bez której słuchanie radia czy płyt gramofonowych było niemożliwe. Produkty kultury amerykańskiej były dostępne i konsumowane, a wzorce przez nią propagowane naśladowane prawie wyłącznie przez elity dużych miast – burżuazję, inteligencję, środowiska artystyczne. Jeśli mowa o mniejszych ośrodkach czy wsi, to konsumentem tej kultury było ziemiaństwo, które stać było na wyjazd do kina, zakup gramofonu czy radia. Radio również było stosunkowo rzadkim dobrem, w 1939 roku na 1000 mieszkańców przypadało 29 odbiorników radiowych, „i pod tym względem Polska zajmowała jedno z końcowych miejsc w Europie”<sup>310</sup>. Ten wskaźnik był dużo gorszy na wsiach, gdzie „radio obsługiwało głównie dwór, plebanię i szkołę”<sup>311</sup>.

<sup>308</sup> A. Garlicki, *Piękne lata trzydzieste*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2008.

<sup>309</sup> Tuż przed wybuchem II wojny światowej zelektryfikowane było zaledwie 3% polskich wsi.

<sup>310</sup> H. Zieliński, *op. cit.*, s. 366.

<sup>311</sup> A. Kłoskowska, *op. cit.*, s. 420.

Kino hollywoodzkie promowało z jednej strony określoną wizję Ameryki, z drugiej styl życia, mody, nowoczesne, choć przez wielu postrzeganych jako demoralizujące, obyczaje, nowe typy kobiecości. Wyzwolone, niezależne, odważne obyczajowo wampy czy nieco frywolne i wyemancypowane flapperki były inspiracją dla wielu Polek, głównie jednak wywodzących się z warstw wyższych i średnich lub artystycznej bohemy. Do takich typów aspirowały damy, kobiety wykształcone i artystki. Mężczyźni z kolei próbowali sprostać wzorcowi męskiego, odważnego i eleganckiego amanta, choć wydaje się, że daleko mocniej kino oddziaływało jednak na kobiety, bo też w tych czasach, tuż po pierwszej fali feminizmu, następowały kluczowe zmiany polegające na przełamaniu stereotypów płci, redefiniujące role społeczne, w konsekwencji pozwalające zaistnieć kobietom na rynku pracy i w sferze publicznej. W polskiej rzeczywistości duży wpływ na kształtowanie wzorców społecznych i kulturowych miały gwiazdy polskiego kina, które w niewielkim stopniu, mimo wszystko, przypominały amerykańskie bohaterki ekranu. Jadwiga Smosarska, największa polska przedwojenna supergwiazda, reprezentowała typ kobiecości osadzony na wiktoriańskich wartościach i moralności – skromnej, niewinnej, cnotliwej, choć bardzo odważnej bohaterki. Według słynnej kategoryzacji Edwina Panofsky'ego, Smosarska to raczej „prosta dziewczyna” (*straight girl*) niż wyzwolony wamp<sup>312</sup>. Wampem z kolei przeważnie bywała Pola Negri, której bohaterki to jednak wzorce głównie dla kobiet z wyższych sfer społecznych.

Również jazz, grywany w Polsce przedwojennej w najlepszych lokalach, był produktem raczej elitarnym. Gramofon i płyty jako dobro konsumpcyjne nie były dostępne dla każdego. Dopiero w momencie upowszechnienia się radia jazz stał się nieco bardziej popularny.

Amerykanizacja, która dokonywała się w przedwojennej Polsce, miała charakter elitarny. Amerykańskie produkty wiązały się ze sferą zbytku, przyjemności, luksusu i niezwykłości. Amerykańska kultura wpływała na obyczaje i system wartości głównie elit intelektualnych czy artystycznych, ludzi zamożnych, którzy dysponowali nadwyżkami finansowymi i czasem

---

<sup>312</sup> E. Panofsky, *Style and Medium in the Motion Pictures*, [w:] *Film Theory and Criticism*, eds. G. Mast, M. Cohen, L. Braudy, Oxford University Press, New York 1992, s. 233-248.

wolnym oraz mieli technologiczny dostęp do tych dóbr kulturowych. Te same grupy uczestniczyły w innych formach rozrywki, kabaretach, przedstawieniach teatralnych. Dlatego rację ma Antonina Kłoskowska, pisząc, że życie kulturalne w przedwojennej Polsce realizowane było zgodnie z zasadą „wiele dla niewielu”. Warstwy niższe sięgną po produkty amerykańskiej kultury popularnej dopiero po wojnie.





## ROZDZIAŁ 4

### SPOTKANIE DRUGIE. W WALCE Z REŻIMEM CZY NA USŁUGACH WYOBRAŹNI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W LATACH 1945-1989

Ile jest warte życie w strachu, bez świadomości tego, co najpiękniejsze, z wykreconą zgryźliwie gębą, z przeżyciami sprowadzonymi jedynie do złości, biadolenia i kpin?<sup>313</sup>

#### I. ZARYS SYTUACJI POLITYCZNO-SPOŁECZNEJ

Kapitulacja hitlerowskich Niemiec oficjalnie zakończyła II wojnę światową w Europie, co jednak wcale nie oznaczało ani spokojnych czasów, ani jednoznacznych rozstrzygnięć politycznych dla Polski. Wręcz przeciwnie, zakończenie jednej okupacji w przypadku Polaków *de facto* rozpoczynało nową. Kilka miesięcy wcześniej, w lipcu 1944 roku polscy komuniści przy wsparciu władz Związku Radzieckiego powołali w Moskwie Polski Komitet Wyzwolenia Narodowego, którego „zainstalowanie przez ZSRR w Chełmie, a następnie w Lublinie w świetle dzisiejszej znajomości realiów historycznych i mechanizmów decyzyjnych rozstrzygnęło problem walki o władzę w Polsce”<sup>314</sup>. Uchwały konferencji jałtańskiej z lutego 1945 roku przewidywały utworzenie nowego rządu polskiego, który

<sup>313</sup> W. Kowalewski, *Excentrycy*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2007, s. 69.

<sup>314</sup> J. Wrona, *Ustanowienie systemu komunistycznego w Polsce*, [w:] *PRL od lipca 44 do grudnia 70*, red. K. Persak, P. Machcewicz, Bellona, Warszawa 2010, s. 39, *Polski Wiek XX*, 3.

miał być wspierany przez trzy biorące w konferencji udział mocarstwa – ZSRR, USA i Wielką Brytanię. W praktyce jednak zatwierdzono, że bazą nowego rządu będzie ten utworzony wcześniej przez PKWN, co jak miało się okazać, było jednoznaczne z oddaniem władzy nad Polską Związkowi Radzieckiemu. W nowej rzeczywistości „polityka i kultura były integralnymi częściami »nadbudowy« socjalistycznego państwa. Polityka zdominowała kulturę, nad którą państwo nie tylko powinno rozstaczać opiekę, ale aktywnie nią sterować”<sup>315</sup>.

Polacy, mimo niekorzystnych dla własnego kraju postanowień jałtańskich, wciąż darzyli Stany Zjednoczone sympatią. Zarówno zaangażowanie Arthura Blissa Lane’a, ambasadora amerykańskiego w Polsce, w ograniczenie wpływów sowieckich i wyegzekwowanie zapisów o wolnych wyborach<sup>316</sup>, jak i pomoc materialna, której udzielali Amerykanie powojennej Europie, sprawiły, że wśród polskiego społeczeństwa utrzymywał się wizerunek USA jako kraju bogatego, silnego, ale przyjaznego światu i szczodrego. W miarę jak intencje zaborcze Sowietów stawały się bardziej oczywiste, Polacy automatycznie zaczęli postrzegać Amerykanów jako swoich sojuszników, ufając, że ci nie dopuszczą do przejęcia wpływów nad Polską. Ta naiwna wiara utrzymywała się w polskim społeczeństwie mimo kolejnych wydarzeń: sfałszowanych wyborów w 1947 roku, niszczenia legalnej opozycji w Polsce i bierności Waszyngtonu. Na poziomie percepcji zwykłego obywatela, który musiał zmagać się z powojenną rzeczywistością, biedą, brakami podstawowych artykułów, w budowaniu ciepłego obrazu USA większą rolę niż wielka polityka odegrała pomoc materialna, paczki żywnościowe czy sprzęt – ciężarówki, motocykle, ostate po pomocy udzielonej aliantom w ramach *Lend-Lease Act*<sup>317</sup> – który Polakom służył jeszcze długie lata. Pozytywny obraz Ameryki wzmocnił swoją siłę, gdy okazało się, że Amerykanie wprawdzie nie zrobią nic, by wyzwolić Polskę

<sup>315</sup> T. Mielczarek, *Kultura i polityka: kultura, życie umysłowe, media 1944-1989*, [w:] *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. K. Persak, P. Machcewicz, Muzeum Historii Polski-Bellona, Warszawa 2011, s. 261, *Polski Wiek XX*, 4.

<sup>316</sup> A. Mania, *The National Security Council i amerykańska polityka wobec Europy wschodniej w latach 1945-1960*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1994, s. 45, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 1133. *Prace z Nauk Politycznych*, 52.

<sup>317</sup> Ustawa amerykańskiego Kongresu z 11 marca 1941 roku upoważniająca prezydenta USA do sprzedaży, wynajmu, dzierżawy i pożyczki materiałów wojennych oraz sprzętu państwom, których wsparcie było istotne dla bezpieczeństwa Stanów Zjednoczonych. Ustawa ta miała kluczowe znaczenie dla pomocy siłom alianckim w czasie II wojny światowej.

spod wpływów sowieckich, ale za to zaangażowali się w wojnę ideologiczną, w której z wykorzystaniem narzędzi perswazyjnych dyskredytowali działania reżimu, podkreślając jednocześnie słuszność swoich poczynań i czystość intencji. Zimna wojna zdeterminowała postrzeganie Ameryki, amerykańskiego społeczeństwa i amerykańskiej kultury i zdecydowanie wzmocniła atrakcyjność Ameryki i amerykańskiego mitu wśród polskiego społeczeństwa.

## 2. POWOJENNE ZAWIROWANIA I PRÓBY REKONSTRUKCJI CIĄGŁOŚCI TRWANIA

Pierwsze lata powojenne charakteryzował chaos i pewna powściągliwość władzy, która zezwalała na sporą aktywność obywateli, rozwijanie rozmaitych inicjatyw społecznych czy kulturalnych.

Dążono do tego – jak pisze Hanna Świda-Ziemba – by nie zrażać Polaków w ich tendencjach do odbudowy polskiego organizmu państwowego i wykorzystać postawy konstruktywne. Wobec tego odtwarzano przedwojenne instytucje w ich dawnym kształcie (...). Nie zwalczano też Kościoła, a nawet włączano hierarchów w różne uroczystości państwowe, by stworzyć wrażenie, że Kościół popiera nowe władze. (...) Wznowiono również przedwojenne czasopisma i stowarzyszenia katolickie, nie zważając na ich kierunek z punktu widzenia ideologii komunizmu. Ideologia ta nie miała też bezpośredniego wpływu na wychowanie młodzieży<sup>118</sup>.

Obecne i legalne były też rozmaite teksty kultury zachodniej oraz zachodnie produkty konsumpcyjne. Na ekranach powojennych kin wyświetlano wiele zachodnich, głównie amerykańskich filmów.

Już w październiku 1945 roku przedstawiciele Przedsiębiorstwa Państwowego Film Polski wyjechali do Londynu i Paryża w celu omówienia warunków zakupu filmów i sprzętu technicznego. Rezultatem tej wizyty był zakup siedemdziesięciu filmów produkcji angielskiej i kil-

<sup>118</sup> H. Świda-Ziemba, *Młodzież PRL. Portrety pokoleń w kontekście historii*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2010, s. 68.

kunastu francuskich, które trafiły na ekrany warszawskich kin. Do Polski przybył również w 1947 roku prezes Motion Picture Association and Motion Picture Export Association, żeby ustalić liczbę i tytuły filmów, które miały trafić do polskich kin. Zakupiono sześćdziesiąt filmów amerykańskich. W sumie w latach 1945-1948 wyświetlano w Polsce 1215 filmów zachodnich, w tym 452 amerykańskie, 322 francuskie i 258 angielskich<sup>319</sup>.

W „Przekroju”, który zaczął się ukazywać już od kwietnia 1945 roku i który w krótkim czasie stał się jednym z najpopularniejszych magazynów typu *general interest* nie tylko w Polsce, lecz także w innych krajach obozu socjalistycznego, można przeczytać krótkie recenzje filmów dystrybuowanych wówczas w Polsce. Były to filmy bardzo różne gatunkowo i jakościowo. I tak w 126 numerze Przekroju z września 1947 roku w rubryce *Zobaczmy z Hollywood* czytamy zapowiedzi takich filmów, jak klasyczna *crazy comedy* *Moja siostra Eileen* (1942) w reżyserii Alexandra Halla czy adaptacja powieści Johna Steinbecka *Myszy i ludzie* (1939) w reżyserii Lewisa Milestone’a<sup>320</sup>. Następny numer „Przekroju” donosi o wejściu na polskie ekrany filmu wojennego *Mściwy jastrząb* (*Air Force*) w reżyserii Howarda Hawksa oraz słynnego *Obywatela Kane’a* (1941) Orsona Welleśa<sup>321</sup>. A z numeru 129 z tego samego roku dowiadujemy się o wprowadzeniu do kin *Zenobii*, popularnej komedii Gordona Douglasa z roku 1939 z Oliverem Hardym i Harrym Langdonem, oraz filmu Alfreda Hitchcocka *Cień wątpliwości* (1943). W ówczesnej ofercie kinowej znajdowało się wiele filmów amerykańskich, które Polacy chętnie oglądali. Przed wojną byli na bieżąco z hollywoodzkim repertuarem, teraz powoli nadrabiali okupacyjne zapóźnienia i oglądali filmy, które powstały w Stanach Zjednoczonych w czasie, gdy w Europie toczyły się działania wojenne.

W oficjalnym dyskursie władzy nie krytykowano amerykańskich produkcji i w obszarze kultury filmowej panowało złudzenie powrotu do normalności. Jednak rok 1948 przynosi już zauważalne zmiany. Wprawdzie już we wspomnianym wyżej numerze 129 z końca 1947 roku „Przekrój” zamieszcza dość obszerną notatkę poświęconą Festiwalowi Filmu

<sup>319</sup> A. Pelka, *Z (politycznym) fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i w NRD*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2013, s. 17.

<sup>320</sup> *Zobaczmy z Hollywood*, „Przekrój” 1947, nr 126, s. 13.

<sup>321</sup> *Film. Zobaczmy wkrótce*, „Przekrój” 1947, nr 127, s. 14.

Radzieckiego, ale dopiero kolejne roczniki odzwierciedlają faktyczny kierunek, w którym szedł repertuar kin. Coraz częściej pojawiają się w „Przekroju” wzmianki o radzieckich produkcjach, by w kolejnych latach zupełnie zdominować kinową ofertę.

Podobnie jak amerykański film również muzyka jazzowa wkrótce miała się stać dla nowej władzy ważnym elementem wrogiego ideologicznie świata. Na razie jednak „Ludzie, którzy przeżyli wojnę, chcieli powrotu ładu i porządku. Sięgnęli po wzór przedwojenny, w którym byli ukształtowani – wzór relacji społecznego świata, jego organizacji (...). Zarówno twórcy, intelektualiści, jak i przeciętni ludzie, którzy chcieli się bawić i tańczyć w jakimkolwiek lokalu, chcieli przede wszystkim zapomnieć o koszmarze wojny i wrócić do rzeczy znanych, oswojonych, w których umieli się poruszać i funkcjonować”<sup>322</sup>.

Zaraz po wojnie orkiestry jazzowe rozbrzmiewały najpierw na wschodnich, najwcześniej wyzwolonych krańcach Polski. Krystian Brodacki wspomina Mieczysława Kleckiego, który wstąpiwszy do Armii Berlinga, organizował muzyczne życie żołnierzy, tworząc już od lata 1944 roku między innymi audycję *Kwadrans jazzu*, nadawaną przez radiostację PKWN Pszczółka<sup>323</sup>. Wkrótce muzycy jazzowi zaczęli się uaktywniać również w innych miastach Polski. Po wyzwoleniu szczególnie pręźnie działały dwa ośrodki, Kraków i Warszawa.

Już 9 IV 1945 r. odbyło się pierwsze powojenne posiedzenie Rady Krajowej zakazanej przez hitlerowców organizacji Polska YMCA, reaktywujące jej działalność, co dla przyszłości jazzu miało kapitalne znaczenie. (...) W owym czasie w znanych krakowskich lokalach tanecznych: Cyganerii przy ul. Szpitalnej, Feniks przy ul. św. Jana (...), Casanova przy ul. Floriańskiej i Maxim przy ul. Sławkowskiej występowali improwizujący muzycy starszego pokolenia<sup>324</sup>.

Na jazzową scenę weszło wtedy młode pokolenie jazzowych pasjonatów, wśród nich zaledwie kilkunastoletni Jerzy Matuszkiewicz i Witold Kujański, którzy wkrótce staną się kluczowymi postaciami polskiego jazzu.

<sup>322</sup> I. Pietraszewski, *op. cit.*, s. 57.

<sup>323</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 102.

<sup>324</sup> *Ibidem*.

W tych pierwszych powojennych latach, mimo że zimna wojna się jeszcze nie zaczęła, a „żelazna kurtyna” nie opadała, „byliśmy już odizolowani od Zachodu, nie było mowy o sprowadzeniu (bo i za co?) amerykańskich czy zachodnioeuropejskich zespołów jazzowych do Polski, nie było normalnego rynku płytowego ani normalnego przepływu informacji za pomocą prasy, nut, książek”<sup>325</sup>. Za to radio, tak jak przed wojną, dość często nadawało jazz, popularyzując amerykańskie brzmienie i dostarczając pożądanej przez młodzież rozrywki.

W okresie powojennym nastąpiła demokratyzacja jazzu. Żywa muzyka, grana w setkach uruchamianych (często w ruinach) lokali, była dostępna dla wszystkich, którzy chcieli przyjść. To inny, nowy sposób przekazu jazzu, typowy dla kultury masowej. O poziomie muzyki nie decydowały już gusta zamożnej, wyrafinowanej publiczności elitarnych, przedwojennych lokali rozrywkowych i teatrów. O uczestniczeniu w kulturze nie decydowały, w takim stopniu jak przed wojną, ani zasobność portfela, ani poziom kompetencji kulturowych<sup>326</sup>.

W roku 1946 wrócił do Polski Leopold Tyrmand, który w tym samym roku opublikował w „Ruchu Muzycznym” artykuł pt. *Co to jest jazz?* – „pierwszy rzeczowy tekst na temat jazzu w powojennej prasie polskiej”<sup>327</sup>. Odtąd Tyrmand systematycznie budował wokół siebie aurę kontrowersji i wywrotowości, stając się kluczową postacią antyreżimowej kontrkultury. Po powrocie do Warszawy zamieszkał w budynku YMCA, który w pierwszych latach po wojnie stał się nieoficjalnym centrum kulturalnym stolicy. Amerykanie zainwestowali w odbudowę nieruchomości duże środki, czyniąc zeń najprawdopodobniej najnowocześniejszy budynek w Warszawie. Tyrmand tak wspomina te czasy:

Natomiast YMCA w 1946 wystartowała ku nieprzewidzianym przeznaczeniom. Pół budynku uległo wypaleniu, ale połowa została, wysoka na cztery piętra, i można było mieszkać. Co ważniejsze, zachowało się wszystko, co szło w dół, a więc urządzenia sportowe, sale gimnastyczne, kryta pływalnia, kuchnie oraz wielka sala, której początkowy charakter stołówki, czy jadalni, dla zgłodniałych koszykarzy i pły-

<sup>325</sup> *Ibidem*, s. 101.

<sup>326</sup> I. Pietraszewski, *op. cit.*, s. 57.

<sup>327</sup> K. Brodecki, *op. cit.*, s. 106.

waków uległ zasadniczej zmianie. Nadal nie było tu alkoholu, ale tłum zapelniających ją w latach 1946-49 przypominał raczej bywalców modnych dancingów niż młodych, usportowionych chrześcijan. Zwłaszcza gdy Amerykanie, z właściwą sobie pogardą dla ideologicznych subtelności i politycznego dalekowidztwa, wspomogli wydatnie swych polskich braci i przysłali do Warszawy to wszystko, na co sobie krezusowa YMCA amerykańska mogła pozwolić. Tak więc, już w 1948 gmach przywrócony został do swej przedwojennej świetności, a nawet wzbogacony o nowe pomieszczenia teatralne i odczytowe; na tle ówczesnej, tonącej w błocie, kurzu i usypiskach z ruin Warszawy YMCA, rodzaj schroniska wycieczkowego czy domu akademickiego dla wstrzemięzliwych młodzieńców w swym założeniu, przeistoczyła się w luksusowy hotel. Jedyne, co odbierało jej posmak oszałamiającego komfortu, to stara tradycja imciarska, zgodnie z którą mogli tu mieszkać wyłącznie mężczyźni. Ale i to wkrótce okazało się pustym pryncypium, skazanym na zagładę przez terror życia.

Cóż to było za kławe życie! Komuniści jeszcze nie położyli swej drętwej, dialektycznej łapy na gazetach, kinach i obyczajach. Pomiędzy imciarską stołówką a salami odczytowymi i pływalnią snuły się najlepsze dziewczyny w modnym podówczas stylu swing. (...) Kiedy pod koniec 1947 otrzymałem pokój w nowo odremontowanej części gmachu, wydałoby się, że osiągnąłem szczyt warszawskiego szczęścia. W Paryżu i Londynie ludzie jeszcze żyli na kartki, w Niemczech oddawali Rolleiflexy za kartofle. W „Dziedzilii”, na zgruzowanej Nowogrodzkiej, można było dostać francuskie wina i kotlet *de volaille* za niewielkie pieniądze, a Bierut już rządził, czyli nie wiem zbyt dobrze, jak to się działo. Ja miałem pomieszczenie z amerykańskim materacem i czyściutką łazienkę z prysznicami na korytarzu, telefon na piętrze, co rano sprzątaczką, dwudziestowieczna cywilizacja pośród warszawskich, troglodyckich nor zwanych adresami mieszkalnymi. Z cywilizacji wynikały nastroje: uprzejmość, koleżeństwo, pogoda, oddanie sportom<sup>328</sup>.

Właśnie w YMCA tuż przed wprowadzeniem nowych zasad polityki kulturalnej partii Tyrmand organizuje „sensacyjny koncert pod nazwą *Jam Session – Hot Jazz – Swing – Boogie woogie (...)*”<sup>329</sup>, który okazuje się wyjątkowym sukcesem i dostaje świetne recenzje zarówno w lokalnej, jak

<sup>328</sup> L. Tyrmand, *Dziennik 1954*, Wydawnictwo MG, Warszawa 2009, s. 33, *Biblioteka Wykształciucha*.

<sup>329</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 112.

i ogólnopolskiej prasie<sup>330</sup>. Sukces tego pionierskiego koncertu, który starał się nobilitować jazz jako sztukę, godną czegoś więcej niż knajpa lub tancbuda, zachęcił Tyrmanda do wymyślania następnych. Na początku listopada 1947 roku odbyło się przy ulicy Konopnickiej 6 kolejne *jam session* (*de facto* koncert) *Od ragtime'u do jitterbuga*<sup>331</sup>.

Jazz grano również w innych polskich oddziałach YMCA, w Krakowie, Łodzi, Wrocławiu i Poznaniu. Ówczesni jazzowi pasjonaci, z Tyrmandem na czele, nie tylko grali jazz, ale też uczyli się jego historii, odmian, twórców. Uprawiali swoją pasję bardzo świadomie i starali się ją popularyzować. Warto również wspomnieć, że łaskawość władz w tym okresie była tak wielka, że zezwolono również na wydanie kilku nagrań jazzowych.

Zarówno obszernie cytowany powyżej tekst Tyrmanda, uczestnika tamtych wydarzeń, jak i opinie historyków potwierdzają szczególną atmosferę, jaka panowała w pierwszych powojennych latach, zanim nastał stalinizm. Wprawdzie ludzie nie mieli absolutnej swobody, lecz powojenny chaos nie sprzyjał metodycznemu uporządkowaniu społeczeństwa według nowych zasad systemowych i ideologicznych. Amerykańska kultura nie została jeszcze jednoznacznie określona jako wehikuł imperializmu i mogła być obecna w powojennej przestrzeni. Kina pokazywały amerykańskie filmy, w otwierających się klubach i restauracjach grywały jazzowe bandy, zaś dzięki paczkom UNRRA<sup>332</sup> Polacy konsumowali amerykańską żywność<sup>333</sup>.

<sup>330</sup> Brodacki cytuje fragmenty recenzji opublikowanych w warszawskim „Expresie Wieczornym” oraz w „Przekroju”, snując przypuszczenie, że autorem zarówno jednej, jak i drugiej był ukrywający się pod pseudonimem Tyrmand, co jednak wcale nie umniejsza znaczenia i popularności tego koncertu. Zob.: *ibidem*, s. 114-115.

<sup>331</sup> *Ibidem*, s. 115.

<sup>332</sup> United Nations Relief and Rehabilitation Administration – organizacja utworzona w 1943 roku w Waszyngtonie, której celem było niesienie pomocy materialnej dla obszarów wyzwolonych w Europie i Azji. W latach 1945-1947 dostarczono do Polski wiele rozmaitych towarów: maszyny budowlane i rolnicze, tabor kolejowy, samochody, odzież i artykuły spożywcze.

<sup>333</sup> Jak pisze Andrzej Mania: „Stany Zjednoczone zakładały udzielenie Polsce różnorodnej pomocy w oparciu o UNRRA, kredyty na zakup nadwyżek produkcyjnych (*surplus credits*) czy kredyty przyznawane przez Export-Import Bank. Wszystko po to, by wyrzucić presję na rząd Polski. Również plan Marshalla, w założeniach mający wspomóc zniszczoną gospodarkę, był z całą pewnością próbą zbudowania pewnych zależności i wpływów. W tym okresie jednak wpływy Moskwy na polskie decyzje rządowe były niepomniernie większe, świadczące wręcz o wasalnej zależności, czego dowodem była odmowa udziału Polski w konferencji w Paryżu, poświęconej planowi Marshalla. Odmowna decyzja, powzięta pod naciskiem ZSRR, była jednoznaczna z odrzuceniem wszelkiej pomocy w ramach tego planu” – A. Mania, *The National Security Council...*, s. 47.



Pomoc UNNRA odegrała znaczącą rolę kulturotwórczą. W zniszczonej, pozbawionej wszelkich dóbr, głodującej Polsce paczki UNRRA były niczym meteoryty z innej galaktyki. Rozdzielano je na kartki. „Były w nich zwykle konserwy zawierające mięso wołowe lub rzadziej wieprzowe, dżemy (bardzo ceniony był pomarańczowy), fasola, słodkie pieczywo, masło kakaowe i mleko skondensowane”<sup>334</sup>. Bywała tam też czekolada, gumy do żucia, dropsy, a wszystko w pięknych kolorowych opakowaniach. Towary te były dla wielu Polaków, szczególnie dzieci, prezentem, który zapamiętali na długo i który wpłynął znacząco na ukształtowanie pewnych wyobrażeń na temat Ameryki. W wielu wspomnieniach z tego powojennego okresu nie tylko osób publicznych, lecz także w prywatnych rozmowach, które zdarzało mi się prowadzić z rodziną czy znajomymi, paczki UNRRA były symbolem amerykańskiego dobrobytu, a także amerykańskiej szczodrości, empatii i solidarności. W wielu domach puszki po powojennej przesyłce jeszcze długo służyły jako opakowanie zastępcze i generator tęsknot za innym światem.

Z punktu widzenia wpływów kulturowych większą rolę odegrała jednak inna zawartość pomocowych przesyłek zza oceanu – odzież. Zarówno UNRRA, jak i Polacy mieszkający w Stanach Zjednoczonych wysyłali do kraju ogromną ilość tak potrzebnej wtedy odzieży. Wśród przesyłanej przez Amerykanów garderoby były często ubrania wojskowe, „amerykańskie płaszcze wojskowe z podpinką i kurtki z demobilu, często z dystynkcjami i odznaczeniami, które należało wypruć”<sup>335</sup>. Taką kurtką zadawał szyku Marek Hłasko. „Na lewej piersi zostało wydrukowane nazwisko poprzedniego właściciela, niejakiego Andersona: farba była tak piekielnie mocna, że nie dało się niczym zmyć. W obecności sekretarza partii i kierownika rady zakładowej tarłem Andersona benzyną i denaturatem; nic nie pomogło” – wspominał Hłasko w swej słynnej książce *Piękni dwudziestoletni*<sup>336</sup>.

Nie ma wątpliwości, że ubrania z szeroko pojętych „darów” były po wojnie podstawą zarówno najpotrzebniejszego codziennego przyodziew-

<sup>334</sup> B. Maciejewska, *W powojennych ruinach*, Ale Historia, dodatek „Gazety Wyborczej” 2013, 20 XII, [online] [http://m.wyborcza.pl/wyborcza/1,132750,15173121,W\\_powojennych\\_ruinach.html](http://m.wyborcza.pl/wyborcza/1,132750,15173121,W_powojennych_ruinach.html), dostęp: 12 IV 2015.

<sup>335</sup> *Ibidem*.

<sup>336</sup> *Ibidem*.

ku, jak i inspiracją dla bardziej wyszukanych stylizacji. Tak wspomina tamten okres Tyrmand:

Mało kto zdaje sobie sprawę, że od końca wojny trzy czwarte odzieżowej konsumpcji tego społeczeństwa zaspokajała zagranica. Właściwie Ameryka. Najpierw była UNRRA, Rada Polonii Amerykańskiej, Joint i tuzin innych charytatywnych dostawców. To oni ubrali Polskę, przeważnie w remanenty alianckich magazynów wojskowych. Był to okres mody intendenturowej, elegancją były *battle-dressy* o wyprutych dystynkcjach, koszule i krawaty *khaki*<sup>337</sup>.

Z konieczności niejako powojenna moda była determinowana zawartością paczek pomocowych. Anna Pelka w swojej książce poświęconej modzie w powojennej Polsce pisze:

Pierwszy trend młodzieżowy miał więc charakter mody okupacyjnej. Wśród młodych mężczyzn popularne były wojskowe kurtki i koszule, płaszcze prochowce w jasnych kolorach, krawaty w kolorze khaki i wysokie wojskowe buty – oficerki. Najmodniejszy był jednak amerykański płaszcz wojskowy z podpinką, ze względu na cenę trudny do zdobycia. Wielu musiało się więc zadowolić amerykańskimi kurtkami z pagonami<sup>338</sup>.

Autorka dowodzi, że amerykańska odzież wojskowa cieszyła się dużo większym powodzeniem niż na przykład brytyjska, która nieumiejętnie łączyła elegancję „z wygodą i efektywnością”<sup>339</sup>. Pelka cytuje Wowo Bielickiego, jednego z założycieli gdańskiego teatryku Bim-Bom: „Największym marzeniem i ambicją każdego z nas stało się posiadanie chociażby *battle dressu*, ponieważ to był sznyt, był świetnie skrojony. Doskonale młodzi ludzie w tym wyglądali, obojętnie czy chłopaki, czy dziewczyny (...)”<sup>340</sup>.

Wprawdzie w tych pierwszych powojennych latach pożądanie amerykańskich ubrań wynikało bardziej z konieczności i braku alternatywy niż z sympatii politycznych, ale już wkrótce moda miała się stać orężem w walce ideologicznej. Nasycenie semiotyczne ubrań amerykańskich spra-

<sup>337</sup> L. Tyrmand, *op. cit.*, s. 90.

<sup>338</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 13.

<sup>339</sup> *Ibidem*.

<sup>340</sup> *Ibidem*, s. 12.

wiło, że były one w oficjalnym dyskursie tępione przez władze komunistyczne, tak jak wszystko, co miało amerykańskie, zachodnie, a więc imperialistyczne pochodzenie.

### 3. W STALINOWSKIM UŚCISKU PRZYJAŹNI. AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA JAKO NARZĘDZIE OPORU

Po okresie utrwalania swojej pozycji nowa władza szybko przystąpiła do uporządkowania powojennego bałaganu również w kwestii ukierunkowania ideologicznego obywateli.

W lutym 1947 roku Biuro Polityczne KC powołało Kolegium Oświatowo-Kulturalne, które pod przewodnictwem Mariana Spychalskiego miało wyznaczyć zadania „ofensywy kulturalnej” i ustalić tempo jej realizacji. Miesiąc później powstał Wydział Oświaty i Kultury KC (...). Obie te instytucje opracowały w kwietniu 1947 roku rezolucję kulturalną nigdy oficjalnie nie publikowaną. Był to program wielkiej ofensywy ideologicznej w kulturze i nauce stopniowo wcielany w życie. (...) Głównym celem komunistów była zmiana tożsamości kulturowej Polaków, zerwanie ich więzi z Zachodem i narzucenie sowieckiego wzorca kulturowego<sup>141</sup>.

Zwołana 22 września 1947 roku w Szklarskiej Porębie z inicjatywy Stalina narada przedstawicieli dziewięciu partii komunistycznych, która podjęła uchwałę o powołaniu Biura Informacyjnego Partii Komunistycznych i Robotniczych (Kominformu), sankcjonowała nową strategię komunistycznych władz, której celem było ujednolicenie polityczne, ekonomiczne, kulturowe i ideologiczne wszystkich państw obozu wschodniego<sup>142</sup>. Działający do 1956 roku Kominform był w rękach Stalina narzędziem kontroli nad całym międzynarodowym ruchem komunistycznym.

W efekcie w Polsce partia w każdym obszarze kultury, od sztuk pięknych po media masowe, wprowadziła ograniczenia, których celem było zapobieganie ideologicznie szkodliwym wpływom kulturowym, oraz na-

<sup>141</sup> J. Wrona, *op. cit.*, s. 71-72.

<sup>142</sup> K. Kersten, *Narodziny systemu władzy. Polska 1943-1948*, Kantor Wydawniczy SAWW, Poznań 1990, s. 352-354.

kazy, które miały wspierać jedynie słuszną ideologię. Niemal natychmiast zweryfikowano ofertę wydawniczą, ograniczając znacznie dzieła literatury anglosaskiej, a wprowadzając utwory pisarzy radzieckich. Te same kroki podjęto w kwestii ukształtowania oferty kinowej, w której nie było już miejsca dla produkcji amerykańskiej kinematografii. Środki komunikacji masowej – prasa i radio – stały się tubą propagandową władz. „Obowiązywała nomenklatura kierowniczych kadr dziennikarskich, w myśl której najważniejsze redakcyjne stanowiska obsadzono jedynie osobami wzbudzającymi zaufanie władz partii. Innym narzędziem, za którego pomocą PZPR kontrolowała zawartość prasy, była cenzura”<sup>343</sup>. Kultura została całkowicie podporządkowana polityce. Wkrótce, 20-23 stycznia 1949 roku na Zjeździe Związku Zawodowego Literatów Polskich w Szczecinie przyjęto nowy kierunek artystyczny – realizm socjalistyczny, który został uznany za jedyną dopuszczalną metodę twórczą, wspierającą ideologicznie i propagandowo partię komunistyczną. Metoda ta była już wypróbowana w Związku Radzieckim z całkiem dobrym skutkiem, dlatego postanowiono ją zaimplementować również w państwach zależnych od Moskwy.

Socrealizm był wcielany w życie w różnych obszarach aktywności twórczej – literaturze, sztukach pięknych, muzyce, architekturze, filmie. Opierał się na bardzo jasnych i ortodoksyjnych zasadach, których przestrzeganie determinowało powodzenie dzieła. Odtąd Polacy, zamiast fascynować się romantycznymi przygodami kochanków amerykańskich komedii muzycznych, mają przeżywać tragiczne losy czerwonoarmiejców, zamiast podziwiać wyczyny Gary’ego Coopera, winni czytać wiersze o mądrości Stalina, zamiast jazzu, mają nakazane słuchanie i wykonywanie pieśni przodowników pracy. Jakakolwiek krytyka nowej kultury groziła poważnymi represjami, podobnie jak wszelkie próby obcowania z zakazanymi treściami i formami kultury uznanej za wroga ideologicznie.

Jazz stał się ideologicznie niepoprawny, nie odpowiadał zasadom realizmu socjalistycznego, był antyideowy, antyspołeczny i niepostępowy, był ekspresją indywidualizmu, a indywidualizm zwalczano wszelkimi siłami. Niepokojącym zwiastunem wpisania jazzu na czarną listę wrogów klasowych był słynny artykuł Tichona Chrennikowa, radzieckiego kompozytora i sekretarza generalnego Związku Kompozytorów ZSRR, opublikowany

---

<sup>343</sup> T. Mielczarek, *op. cit.*, s. 264-265.

w „Muzycznym Ruchu” w roku 1948, zaraz po zjeździe kompozytorów radzieckich. To wtedy ogłoszono nową doktrynę w muzyce, według której podstawą „pełnowartościowej sztuki muzycznej jest realizm. Artysta realista przywraca muzyce zdolność szlachetnego oddziaływania na masy. Formalista kieruje się skrajnym indywidualizmem i nihilizmem. Chrennikow żąda, by powstrzymać proces zgubnego wyrodnienia muzyki”<sup>344</sup>. Taką formą zwyrodniałej muzyki jest dla niego „melodia jazzowa”.

To wysoce chorobliwe zjawisko prowadzi do zwyrodnienia smaku artystycznego mas, do stopniowego obumierania prawdziwie narodowej twórczości muzycznej. Wszyscy wiemy, że jazz całkowicie wyrugował ze świadomości Amerykanów pieśni ludowe, wyrażające myśli i uczucia narodu. Niepohamowane rozpowszechnienie muzyki jazzowej za pośrednictwem radia i płyt gramofonowych doprowadziło do tego, że młodzież francuska zapomniała o pieśni ludowej swojego narodu. (...) Przyszedł czas, aby poważnie pomyśleć o zorganizowanej kontrakcji przeciw tej jazzowej „powodzi”, grożącej zatopieniem różnorodnych muzycznych kultur narodów europejskich<sup>345</sup>.

Zgodnie z moskiewskimi sugestiami zaczęli działać polscy oddani sprawie towarzysze. Włodzimierz Sokorski, ówczesny wiceminister kultury i sztuki, na specjalnie zwołanej konferencji kompozytorów i muzykologów polskich wygłosił referat *Ku realizmowi socjalistycznemu w muzyce*, w którym zapowiedział, że w twórczości muzycznej „kosmopolityczny język, jako obojętny wobec stylu narodowego, zostaje odrzucony. Kompozytor ma tworzyć muzykę polską”<sup>346</sup>.

Jazz był bez wątpienia najbardziej kosmopolityczną muzyką, jaką można sobie było wyobrazić. Globalna popularność pozwoliła mu zaistnieć w wielu odmianach, ulegać twórczym, lokalnym transformacjom, ale nadal był on kojarzony z Ameryką, ideologicznym wrogiem, dlatego też walczono z nim wyjątkowo zaciekle. Już pod koniec 1949 roku rozwiązano YMCA jako „narzędzie burżuazyjno-faszystowskiego wychowania,

<sup>344</sup> M. Grochowska, *Przynęta i obroza Andrzeja Panufnika*, Magazyn Świąteczny „Gazety Wyborczej” 2014, 25 X, [online] [http://wyborcza.pl/magazyn/1.141465.16854218.Przyne-ta\\_i\\_obroza\\_Andrzeja\\_Panufnika.html](http://wyborcza.pl/magazyn/1.141465.16854218.Przyne-ta_i_obroza_Andrzeja_Panufnika.html), dostęp: 18 IV 2015.

<sup>345</sup> T. Chrennikow, *O nowe drogi twórczości muzycznej*, „Ruch Muzyczny” 1948, nr 18, cyt. za: K. Brodacki, *op. cit.*, s. 128.

<sup>346</sup> Cyt. za: K. Brodacki, *op. cit.*, s. 133.

popierane przez zagranicznych mocodawców i sanacyjne czynniki rządzące”<sup>347</sup>.

YMCA zamknięto, bo była jednym z bardziej oczywistych symboli amerykańskich w powojennej Warszawie, a jej mieszkańców i bywalców uznano za zwolenników wrogiej ideologii:

W 1950 komunizm już jadł Polskę. YMCA i jej dorobek stała się jednym z najpierw przeżutych i wydalonych kęsów. Gmach przejęty został przez Ligę Przyjaciół Żołnierza (przyjaciele!), a potem przez efemeryczne organizacje młodzieżowe, które ciągle zmieniały szyldy i nazwy, lecz nigdy kierownictwo, zawsze to samo w jednym z pokoiów Komitetu Centralnego. Rozpoczęła się brutalna walka z lokatorami, czyli użytkownikami działu mieszkaniowego, szykany wymyślne i prostackie. W przekonaniu naszych prześladowców byliśmy zagnieżdżoną tutaj bandą akowców, wywrotowców, reemigrantów, andersowców, kontrrewolucjonistów, którzy otrzymali swe przydziały mieszkalne na rozkaz Wall Street. Należało ich wyświęcić, stąd watahy zetempowców biły werble na korytarzach w godzinach wieczornych i trąbiły pobudki o szóstej rano. Takie zgniatanie reakcji metodą komunistów z Kobyłki i Wygwizdowa. Po czym przyszyły bardziej światowe metody, jak wyłączanie wody i światła, włamywanie się do pokoiów, wynoszenie łóżek, wyrzucanie odzieży przez okna. Interwencje na milicji ukazywały oblicze komunistycznej praworządności prosto z Zoszczenki, Ilfa i Pietrowa: w pobliskim komisariacie na Wiejskiej panowie w siwych mundurach uśmiechali się pobłaźliwie i mówili nam, że dzieci się bawią. W ten sposób dowiadywaliśmy się, co teraz wolno dziecku z czerwoną chustką na nie umytej szyi<sup>348</sup>.

W rzeczy samej to młodzież w czerwonych chustach, maszerująca dziarskim krokiem i wyśpiewująca bojowo-patriotyczne pieśni, jak *My ZMP, my ZMP reakcji nie boimy się*, zdominowała przestrzeń publiczną, stając się propagandową wizytówką nowej Polski, Polski Ludowej.

Na lata 1950-1955 przypada okres podziemnego grania jazzu, przez historyków muzyki nazwany „katakumbowym”. Muzycy spotykali się potajemnie, najczęściej w prywatnych mieszkaniach. Ponieważ publiczne uprawianie tej muzyki było przez władze tępione, wymyślano rozmaite

<sup>347</sup> YMCA w Polsce, Polska YMCA, [online] <http://www.ymca.pl/html/polska/index.php>, cyt. za: K. Brodacki, *op. cit.*, s. 133-134.

<sup>348</sup> L. Tyrmand, *op. cit.*, s. 34.

preteksty rodzinne: imieniny, urodziny, rocznice ślubu, których władza nie zabraniała celebrować. Często też grywano muzykę jazzową na wieczorkach tanecznych, które również tolerowano, choć rzecz jasna z założeniem, by tańce odbywały się do bardziej ideologicznie odpowiednich melodii. Na takich wieczorkach tanecznych grywali w Krakowie Andrzej Kurylewicz, a w Łodzi i Warszawie Matuszkiewicz, który ze swoim zespołem Melomani brał udział głównie w potańcówkach odbywających się w słynnej filmówce oraz w warszawskiej ASP i Akademii Medycznej. Władze tych uczelni tolerowały tę działalność, czasem tylko Matuszkiewicz i Studziński musieli się tłumaczyć przed tzw. czynnikami społecznym, co jednak nie pociągało za sobą konsekwencji<sup>349</sup>.

Melomani byli najważniejszym zespołem jazzowym początku lat 50., to w nim w tym czasie zaczynał karierę Krzysztof Trzcński, bardziej znany świata jako Krzysztof Komeda. Inne, mniej znaczące zespoły powstawały w innych miastach, jazz jednak nigdzie nie był grany otwarcie, lecz zawsze w ukryciu, w konspiracji, w mniej lub bardziej oczywistym przebraniu. Sami muzycy – jak twierdzi Brodacki – nie zniechęcali się tym konspiracyjnym charakterem uprawiania jazzu, wręcz przeciwnie, taka aktywność miała „smak zakazanego owocu, udziału w spisku wtajemniczonych”<sup>350</sup>.

To właśnie ten okres i stosunek do jazzu władz komunistycznych wzmocnił pozycję tej muzyki oraz usankcjonował status „Ameryki wyobrażonej” w odbiorze Polaków. „Okres stalinizmu można traktować dwójako, jako zahamowanie procesu instytucjonalizacji oraz jako tworzenie się mitu założycielskiego, którego treścią stał się opór przeciw władzy. (...) Mit założycielski wytworzył pewien stereotyp jazzmana – człowieka antysystemowego, wolnego od świata instytucjonalnego i jego ograniczeń”<sup>351</sup>.

Amerykańska kultura popularna, która na Zachodzie zajęła najbardziej uprzywilejowane miejsce w kulturowym mainstreamie, w Polsce oraz innych państwach obozu sowieckiego lokowała się w obszarze kontestującej system kontrkultury<sup>352</sup>, tym samym zyskując status symbolu

<sup>349</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 133.

<sup>350</sup> *Ibidem*, s. 138.

<sup>351</sup> I. Pietraszewski, *op. cit.*, s. 63.

<sup>352</sup> Kontrkultury rozumianej jako kultury opozycyjnej do obowiązującego głównego nurtu, którym w obozie sowieckim był w tym czasie socrealizm.

oporu czy wręcz walki politycznej. Nie był więc jazz wyłącznie ekspresją kreatywności i indywidualizmu, ale narzędziem walki przeciwko komunizmowi. Reinhold Wagnleitner tak tłumaczy tę niezwykłą funkcję jazzu:

Jazz uderzył w Europę i inne części świata niczym dwie fale tsunami po roku 1917 i 1945. Większość odbiorców tej muzyki nie interpretowała jej jako formy nowej sztuki, lecz jako muzykę taneczną, która zapewniała pożądaną (lub przeklinaną) odtrutkę i idealną formę buntu przeciwko podwójnym standardom moralnym dystygowanej tradycji. Lecz jazz nie tylko obiecywał zabawę, radość, ekscytację i wolność seksualną (...). Funkcjonował także jako symbol wolności politycznej i forma kulturowego buntu, szczególnie pod rządami narodowych socjalistów w okresie stalinizmu czy w czasach innych dyktatur. Jazz określił się jako antyteza porządku i wszelkich ograniczeń i stał się głównym zagrożeniem symbolicznym<sup>353</sup>.

Walka komunistów z kulturą Zachodu, a szczególnie z kulturą amerykańską była wszak walką o symbole; wartości, które za nimi stały, były kwestią drugorzędną. Hipokryzja systemu była ogólnie znana i z łatwością przez społeczeństwo demaskowana – wiadomo było, że powszechnie promowane treści symboliczne, choć na ogół ewokowały również określone, ideologicznie pożądane wartości, w rzeczywistości nie miały mocy sprawczej i nawet większość oficjalnie zadeklarowanych sympatyków systemu nie żyła według zasad i wartości przez te treści sugerowanych. Działacz, społecznik, patriota cały czas poświęcający budowaniu dzieła partii, dla którego nie istnieje alkohol, dobra zabawa, a jedyną rozrywką są gromadne śpiewy proletariackich pieśni, był w praktyce bytem stosunkowo rzadkim.

Hilary Pilkington wyróżnia dwa paradygmaty porządkujące sowiecką debatę na temat młodzieży i jej roli społecznej. Pierwszy z nich każe postrzegać młodzież jako budowniczych komunizmu (*youth-as-constructors-of-communism*) i był on w Związku Radzieckim najsilniej promowany w okresie przedwojennym oraz przez około dwie dekady po zakończeniu II wojny światowej, w czasie odbudowy kraju. Młodzież była wtedy postrzegana jako główna siła nowego komunistycznego społeczeństwa. W drugim paradygmacie młodzież była przedstawiana jako ofiara zgub-

<sup>353</sup> R. Wagnleitner, *Jazz...*, s. 33.



nych wpływów Zachodu (*youth-as-victims-of-Western-influence*). Paradygmat ten wyrósł z obaw władz reżimu komunistycznego przed wpływami zasad, norm i wartości burżuazyjnych. W klimacie zimnowojennym paradygmat ten lokował młodzież jako główny cel zachodnich działań propagandowych<sup>354</sup>.

Hanna Świda-Ziemba, analizując portrety pokoleń młodzieży w okresie powojennym, wyróżnia dwa pokolenia w czasach Polski Ludowej: z jednej strony jest to pokolenie „ZMP-owskich wyznawców ideologii, z drugiej pokolenie »opozycji obyczajowej«”<sup>355</sup>. Pierwsze zostało wykreowane przez komunistów „w ramach strategii ofensywnej fazy stalinizmu”<sup>356</sup>. Przy czym nie tylko formalne członkostwo w Związku Młodzieży Polskiej było konieczną determinantą przynależności do tego pokolenia. Rodzajem doświadczenia pokoleniowego dla tej młodzieży była silna wiara w dogmaty komunistycznej ideologii, „poczucie misji bycia awangardą w budowaniu nowego lepszego świata oraz ekspresji młodości, aktywności, walki”<sup>357</sup>. Według badaczki do tego pokolenia należeli ludzie urodzeni w latach 1926-1935, wywodzący się z różnych środowisk społecznych, którzy stanowili główne młodzieżowe skrzydło władzy komunistycznej we wprowadzaniu nowego porządku. Drugie pokolenie, nazwane przez badaczkę pokoleniem „opozycji obyczajowej”, było urodzone nieco później, w latach 1937-1941<sup>358</sup>, i charakteryzowały je z jednej strony postawy konformistyczne wykształcone w drodze doświadczeń i obserwacji nabytych w czasach stalinowskiego terroru, z drugiej wyrosły z tych samych podstaw negatywny stosunek do komunizmu, który wytworzył w tym pokoleniu „postawę uogólnionej drwiny”<sup>359</sup>. Postawa ta była niezamierzonym przez władzę efektem stalinowskiej doktrynalnej edukacji.

Zgodnie z przekazywanym młodzieży obrazem świata fenomeny rzeczywistości podległy dychotomicznemu podziałowi. Po jasnej stronie znajdował się komunizm. Po ciemnej wszystko, to co nie było komunizmem lub „postępem”. Młodzi, z braku innej, przyswoili sobie tę

<sup>354</sup> H. Pilkington, *Russia's Youth and its Culture. A Nation's Constructors and Constructed*, Routledge, London-New York 1994, s. 46.

<sup>355</sup> H. Świda-Ziemba, *op. cit.*, s. 97.

<sup>356</sup> *Ibidem*, s. 98.

<sup>357</sup> *Ibidem*, s. 99.

<sup>358</sup> *Ibidem*, s. 160.

<sup>359</sup> *Ibidem*, s. 167.

strukturę, tyle że odwrócili znaki ocenne. O rzeczywistości „niekomunistycznej” wiedzieli tyle, że jest ona w dyskursie stalinowskim potępiana, nic lub niewiele wiedzieli o jej złożoności czy różnorodności. W nieprzemyślanych reakcjach emocjonalnych apoteozowali więc wszystko to, co było w stalinowskiej ideologii potępiane<sup>360</sup>.

Wartością dla tego pokolenia była „beztroska, swoboda i wesołość. (...) Zabawa i wesołość były mimowolnym wyzwaniem rzuconym stalinowskiej szarości, a manifestacja beztroskiej radości, gdzie prymat zdobywała ironia i dowcip, stanowiła właśnie antytezę wzoru ZMP-owca – osoby poważnej, która nawet bawiąc się (dowcip był już podejrzany), nie zapomina, że jest uczestnikiem poważnego dzieła – budowy socjalizmu”<sup>361</sup>.

Kluczową rolę dla tego pokolenia odgrywał „kult Zachodu”, a szczególnie Ameryki. „Ameryka jawiła się jako »raj obiecany«. Kraj bogaty, kolorowy, wielobarwny, ludzie w ciekawych strojach, wspaniała muzyka”<sup>362</sup>. Zanim to uwielbienie Ameryki stało się niemal integralną cechą młodości, i tu można zaryzykować tezę, cechą o dużej stałości, bo pielęgnowaną przez młodzież niemal przez cały okres Polski Ludowej, wystąpiło w formie ostrej, przejawiskawionej i bezpardonowej. Wraz z restrykcjami stalinizmu znacznie zintensyfikowali swoją obecność w przestrzeni społecznej buntownicy – niepokorni młodzi ludzie, którzy wbrew zaleceniom najwyższych władz partyjnych zapatrzeni byli nie we wzorce promowane przez Moskwę, lecz w Amerykę i jej kulturę. Bikiniarze, zwani także bażantami lub dzolerami, byli niewątpliwie pierwszą polską młodzieżową subkulturą, która z jednej strony stylem życia, upodobaniami i wartościami nawiązywała do pewnych przedwojennych polskich grup młodzieżowych, z drugiej zaś była polską realizacją globalnego trendu.

Maciej Chłopek, autor monografii poświęconej bikiniarzom, dowodzi, że to właśnie opisani w poprzednim rozdziale miłośnicy jazzu stali się przed wojną protoplastami ruchu bikiniarskiego, i cytuje fragment pełnego sarkazmu artykułu Bohdana Czeszki z 1951 roku: „Rodowód bażanta sięga lat przedwojennych, bażant nosił wtedy spodnie typu charleston, opiętą jak gorset marynareczkę i na łbie wieczną ondulację, która przy-

---

<sup>360</sup> *Ibidem*, s. 168.

<sup>361</sup> *Ibidem*, s. 180.

<sup>362</sup> *Ibidem*, s. 183-184.

pominała baranie runo”<sup>363</sup>. Przedwojenny bażant to nie tylko miłośnik jazzu, ale przede wszystkim, człowiek niezwykle operatywny, który często wchodził w konflikt z prawem. Skoki i przekręty bażantów stały się jeszcze powszechniejsze dzięki sprzyjającym im okolicznościom wojennym. W czasie okupacji właśnie młodzieńcze lekkoduchy, zasłuchane w jazzie i raczej nieimające się ciężkiej pracy, a bazujące na sprycie i cwaniactwie, zostały określone mianem tombakowej młodzieży<sup>364</sup>. Ich głównym zajęciem „miały być godzinne spacery od Placu Trzech Krzyży aż do ruin ulicy Świętokrzyskiej, zaś wieczorem przesiadywanie w nocnych lokalach”<sup>365</sup>. Podobne zjawisko wystąpiło również w Krakowie – tutejsi „dżollerzy” bywali w takich lokalach, jak Casanova czy Feniks<sup>366</sup>.

W kontekście globalnym natomiast subkulturę polskich bikiniarzy należy postrzegać jako polską realizację ogólnoswiatowego trendu w kul-

<sup>363</sup> B. Czeszko, *O bażancie słów kilka*, „Nowa Kultura” 1952, nr 3, cyt. za: M. Chłopek, *Bikiniarze. Pierwsza polska subkultura*, Zak, Warszawa 2005, s. 85.

<sup>364</sup> Chłopek zauważa, że „termin tombakowa młodzież funkcjonował w polskiej gwarze konspiracyjnej w latach 1939-1945 na określenie »młodzieży zdemoralizowanej latami okupacji hitlerowskiej«” (s. 86). Warto zauważyć, że powiązanie przedwojennych bażantów, tombakowej młodzieży z powojennymi bikiniarzami było bardzo roztropnym posunięciem komunistycznej propagandy. Po pierwsze, pozwoliło skojarzyć w społecznej świadomości bikiniarzy nie tyle z subkulturą młodzieżową, co z grupą reprezentującą wartości społeczne, ocierającą się o skryminalizowany margines. Tombakowa młodzież w zestawieniu z młodymi zaangażowanymi patriotami, żołnierzami, harcerzami budziła powszechną społeczną odrazę. Komunistyczna propaganda systematycznie dyskredytowała osiągnięcia II Rzeczypospolitej, określając ten okres jako czas zacofania, ciemnoty i wyzysku klasowego. Bażanty w tym kontekście pasowali idealnie do roli społecznego pasożyta żyjącego kosztem innych. Dodatkowo podkreślano umiłowanie przez nich muzyki jazzowej, co jak sądzę, stwierdzano na podstawie ich rozrywkowych aktywności w klubach nocnych, w których rzeczywistość często rozbrzmiewała muzyka taneczna inspirowana jazzem. Na ile jednak bażanty byli prawdziwymi fanami tej muzyki, doprawdy trudno powiedzieć. Podkreślane przez propagandę komunistyczną rzekome lub faktyczne przywiązanie do amerykańskiego brzmienia miało sprawić, że amerykańska kultura byłaby postrzegana jako czynnik demoralizujący młodzież. Mirosław Pęczak cytuje fragment artykułu ze stalinowskiej prasy, który wyjątkowo jasno przedstawia linię rozumowania komunistycznej propagandy: „W spuściznie po latach rządów sanacyjnych i latach okupacji została spora liczba wykołajeńców, niebieskich ptaków, szowinistów, rycerzy spekulacji czarnorynkowej, bandytów spod znaku NSZ i WiN, ludzi nawykłych do lekkiego chleba, zakapturzonych wrogów ustroju. Klika zdrajców, wrześnieowych uciekinierów z załeszczyckiej szosy za dolara sprawuje nad nimi swój rząd dusz. Cała ta różnoraka i pstra banda żyje wpatrzona we wzór amerykańskiego stylu życia, uprawia kult pieniądza i pięści. Drażni ją nasza pokojowa praca, toteż daje wyraz swym uczuciom nienawiści. Nasi chuligani znajdują natchnienie w »Głosie Ameryki«, chętnie ubierają się według amerykańskiego żurnala” – B. Miklica, *Proszę tępić! Made in USA*, „Świat i Życie” 1954, nr 4, cyt. za: M. Pęczak, *Subkultury w PRL. Opór, kreacja, imitacja*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014, s. 65.

<sup>365</sup> M. Chłopek, *op. cit.*, s. 85.

<sup>366</sup> *Ibidem*, s. 86.

turze młodzieżowej. „Fenomen ten nazwany pokoleniem '52 miał czerpać inspirację od amerykańskich mniejszości kolorowych, ich stylu i pewnej postawy życiowej, znanej jako *zoot suit*”<sup>367</sup>, tego samego, który inspirował brytyjskich teddy boys czy niemieckich Halbstorken. Polska nie była jedynym krajem z obozu państw znajdujących się w sferze wpływów Związku Radzieckiego, w którym pojawia się subkultura budująca swoją tożsamość w oparciu o wartości kultury zachodniej, a szczególnie amerykańskiej. W powojennej Rumunii byli to malagambiści, którzy podobnie jak przedstawiciele innych subkultur nosili workowate marynarki, wąskie spodnie, buty na grubej podeszwie i fryzurę zwaną „chochoł koguta” ze sterczącymi nad czołem kosmykami włosów<sup>368</sup>. Wielbicielem jazzu i amerykańskiej kultury był również czechosłowacki potápka, noszący się w podobnym stylu, tyle że w bardziej jaskrawych kolorach. Najciekawszym fenomenem byli jednak „radzieccy Amerykanie”, młodzież Związku Radzieckiego, wywodząca się głównie z elit rządzących, która kontestowała otaczającą rzeczywistość uwielbieniem dla kultury imperialistycznego Zachodu.

Kultura Zachodu została przeniesiona do Związku Radzieckiego przez zwycięską Armię Czerwoną, żołnierzy, którzy zobaczyli co nieco innego świata, odmiennego od tego, w jakim żyli w ojczyźnie. Styladzy, młodzi Rosjanie, których nie przekonywała oferta Komsomołu, ubierali się bardzo kolorowo, nosili również wąskie spodnie i buty na grubej podeszwie oraz wymyślną fryzurę. Jednak najważniejszym elementem jawnej kontestacji komunistycznego świata był krawat. „Krawat w ZSRR w latach 1940-1950 był uważany za obumierający element burżuazji, stąd jego noszenie było uważane za jawną prowokację. Styladzy podkreślali jeszcze bardziej jego wywrotowy charakter, nosząc go w jaskrawych barwach i deseniach, niekiedy z egzotycznymi rysunkami”<sup>369</sup>. Zdobycie modnych atrybutów stylagi nie było ani łatwe, ani tanie, dlatego też ruch ten miał wyjątkowo elitarny charakter. „Ironia losu powodowała, że często stylagami zostawały dzieci tych, których obowiązkiem było wychowanie społeczeństwa i zapoznanie go z kanonami sowieckiej ideologii i moralności, dzieci partyjnych dygnitarzy i urzędników państwowych”<sup>370</sup>.

---

<sup>367</sup> *Ibidem*, s. 11.

<sup>368</sup> *Ibidem*, s. 70.

<sup>369</sup> *Ibidem*, s. 66.

<sup>370</sup> E. Zubkova, *Posliewojennoje sowietskoe obszczestwo: politika i powsiedniewnost 1945-1953*, cyt. za: M. Chłopek, *op. cit.*, s. 69.

Znamienne, że właśnie radzieccy styladzy mieli najmocniejsze przekonanie, że ich strój i styl życia są prawdziwie amerykańskie, że właśnie tak jak oni żyje i wygląda amerykańska młodzież. Dlatego też byli ogromnie rozczarowani, gdy w 1957 roku na festiwalu młodzieży w Moskwie zobaczyli prawdziwych Amerykanów – zupełnie niepodobnych do ich radzieckich wersji. Żaden z przyjezdnych nie nosił jaskrawych marynarek ani dziwnie wyczesanych włosów. Złota radziecka młodzież, oddzielona od świata żelazną kurtyną, pozbawiona rzetelnych i obszernych wiadomości o Ameryce, sama stworzyła pewne wyobrażenia na jej temat i według tych wyobrażeń budowała swoje wizerunki i styl życia.

Styladzy w momencie, kiedy w ZSRR (...) wzmogła się kampania antyamerykańska, wymyślili swoją Amerykę i swoich Amerykanów. Mieli oni własny świat egzystujący oddzielnie, niewidoczny dla postronnych i niewtajemniczonych, żyjący własnym życiem. Zbierając się, słuchali muzyki i rozmawiali w swoim języku. W Moskwie mieli również miejsce, gdzie mogli zawiązywać nowe znajomości i kultywować stare. Był nim „Broadway”, dla nich po prostu „Brod”, obejmował on odcinek ówczesnej ulicy Gorkiego<sup>171</sup>.

Muzyka jazzowa, taniec, kolorowe ubrania zdobywane za niewyobrażalne pieniądze, odpowiednie zachowanie i styl życia były namiastkami prawdziwej Ameryki, realizacją „Ameryki wyobrażonej”. Poza muzyką jazzową i towarzyszącym jej tańcom, które rzeczywiście miały amerykańskie korzenie, wszystko pozostałe było wytworem młodzieńczej wyobraźni. Amerykańska kultura była jedynie zaczynem, z którego ulepiono dziwny subkulturowy twór, znakomicie spełniający funkcję wyraziciela młodzieńczych potrzeb buntu i indywidualnej ekspresji. „Ameryka wyobrażona” chyba najbardziej eksplicytnie pokazała efekty swojego działania, rozbudzając młodzieńczą wyobraźnię i jednocześnie zniekształcając, często do formy karykaturalnej, obraz Ameryki, jaki powstawał w młodych głowach.

Polscy bikiniarze niewiele różnili się w swoich praktykach uprawiania „amerykańskiej” kultury. Główny i jedynie słuszny nurt kultury nie wydawał się młodzieży atrakcyjny, dlatego uciekała w amerykańskie fantasmagorie i tworzyła własną wersję amerykańskości, będącą w efekcie prowokacyjnym pancerzem przeciwko szeroko pojętemu systemowi. To

<sup>171</sup> M. Chłopek, *op. cit.*, s. 69.



8. Polscy bikiniarze demonstrowali swój opór wobec stalinowskiej rzeczywistości amerykańskim, w ich pojęciu, ubiorem i ostentacyjnym umiłowaniem jazzu. Kadr z Polskiej Kroniki Filmowej. *Operator was podpatrzył*, 1953

niezwykłe, bo oto w warunkach powojennej odbudowy z jednej strony, a wprowadzania coraz ostrzejszej kontroli i represji właściwej stalinowskiemu totalitaryzmowi z drugiej, można było spotkać otwarcie prowokacyjną manifestację odmienności kontrastującą ze wszystkim dookoła. Była to przede wszystkim manifestacja radykalnie prozachodniego gustu utożsamianego głównie z Ameryką, „zachodniość miała być antonimem nudnej propagandy, muzyczna i taneczna ekspresja przeciwstawiała się zorganizowanej i kontrolowanej rozrywce, nieformalne relacje w grupach rówieśników zastępowały zwarty kolektyw klasy szkolnej, grupy studenckiej czy pracowniczej brygady”<sup>372</sup>.

Podstawą tej prowokacji był ubiór bikiniarza – już sama nazwa polskiego buntownika ery stalinizmu wzięła się od motywu graficznego, jaki często pojawiał się na kolorowych krawatach, które podobnie jak ich radzieccy współbracia w kontestacji nosili jako jeden z bardziej charakterystycznych elementów bikiniarskiej stylizacji<sup>373</sup>. Motyw ten przedstawiał

<sup>372</sup> M. Pęczak, *op. cit.*, s. 16.

<sup>373</sup> Znamienne, że polscy bikiniarze, choć wyglądem bardziej nawiązywali do radzieckich stylągów, odrzucali myśl, jakoby należeli do tej samej grupy. Chłopiek dowodzi, że „bikiniarze w jakimś stopniu zapewne odczuwali pewien rodzaj identyfikacji z podobnymi ruchami młodzieżowymi w Europie Zachodniej, które dla nich stanowiły wzorzec do naśladowania. Nie dotyczyło to jednak stylągów, noszących zdaniem jednego z uczniów, niewątpliwie zachwyconego amerykańskim stylem życia, watówki zamiast marynarek” – M. Chłopiek, *op.*

wybuch bomby atomowej na jednej z wysp Pacyfiku, atolu Bikini, w 1946 roku i stał się inspiracją do stworzenia prześmiewczej nazwy „bikiniarz” przez komunistyczną propagandę. „Krawatto” oraz kolorowe skarpetki wystające spod przykrótkich spodni w kant były tymi elementami bikiniarskiego ubioru, który stał się przedmiotem szczególnej drwiny ze strony władz<sup>174</sup>. Bikiniarz generalnie ubierał się bardzo barwnie, a jego kolorowy strój stanowił „wyraźny kontrast wobec szarżyzny i zgłajszachtowania w społeczeństwie, przeczył wszelkim normom socjalistycznej mody młodzieżowej”<sup>175</sup>. Kolorowy krawat i skarpety stanowiły bowiem uzupełnienie: obszernej marynarki, kolorowej koszuli, wspomnianych wąskich spodni zwanych rurkami oraz zamszowych butów na grubej, gumowej podeszwie (czyli na słoninie). Ważnym elementem bikiniarskiego wizerunku była wymyślna, błyszcząca od brylantyny fryzura, tzw. plereza, zwana także „mandoliną” lub „kaczym kuprem”. Wszystkie te bikiniarskie atrybuty, zdobywane w drodze wyrzeczeń i nadzwyczajnej operatywności młodych ludzi, stanowiły podstawę bikiniarskiej tożsamości – nie był bikiniarzem ten, kto nie wyglądała jak bikiniarz. Tyrmand tak pisał o tym przywiązaniu młodzieży do modnego jej zdaniem wyglądu:

Właśnie młodzież jest najzarliwiej „ciuchowa”, skarpetki w kolorowe paski są wśród niej manifestem i uniformem. O takie skarpetki toczą się heroiczne boje z komunistyczną szkołą, z komunistycznymi organizacjami młodzieżowymi, z systemem. Już przed paru laty skarpetki stały się zarzewiem świętej wojny o prawo do własnego smaku, jaką młodzież polska stoczyła z reżymem i którą wygrała. Były to zmagania o sylwetkę znaną na Zachodzie jako *jitterbug* albo *zazou* – wąziutkie spodnie, spiętrzona fryzura, tzw. plereza, buty na fantastycznie grubej gumie, tzw. słoninie, kolorowe, bardzo widoczne spod krótkich nogawek skarpety, straszliwie wysoki kołnierzyk koszuli. W Warszawie nazywano chłopców tak ustylizowanych „bikiniarzami”, w Krakowie „dżollerami.” „Bikiniarz” pochodził od krawatów, na których wyobrażony był wybuch bomby atomowej na atolu Bikini w 1946 roku. Oczywiście, polski *jitterbug* był ubogi i nie umyty, prowincjonalna wersja amerykańskiego pobratymca; był śmieszny swą nieprzystosowalnością ani

cit., s. 94. Jednak kolorowy, szeroki krawat nie był noszony przez młodzież na Zachodzie, był za to fetyszem nie tylko radzieckich stylagów, ale także rumuńskich małagambistów czy czechosłowackich potąpków.

<sup>174</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 26.

<sup>175</sup> *Ibidem*, s. 25.

do prawzoru, ani do własnego otoczenia; szył sobie ekstrawaganckie marynary u pokątnych krawców, zamęczał ich pomysłami, których nie rozumieli; obcinał nożyczkami rogi koszul z domów towarowych. Budził lekką odrazę, nawet u tych, którzy go nie zwalczali, ale i jakiś szacunek za swą nieustępliwość, za swą walkę z arcypotęgą oficjalności, za wyzwanie rzucone szarości i zglajchszaltowanej nędzy<sup>376</sup>.

Tyrmand zwraca uwagę na konsekwencję i determinację młodych ludzi w zdobywaniu deficytowych towarów zachodniego pochodzenia, które pozwoliłyby im zaznaczyć swoją odmienność w szarej komunistycznej rzeczywistości. Jak w poprzednim, tużpowojennym okresie źródłem zaopatrzenia w modną garderobę były tzw. ciuchy<sup>377</sup>, które na długo pozostały głównym dostawcą ubrań i gadżetów niedostępnych w podstawowym, centralnie zarządzanym obiegu. Źródłem pożądanych zachodnich ubrań były w większości paczki, jakie Polacy otrzymywali od krewnych z Ameryki.

Zaczęło się, jak to zawsze, od chłopów. Chłopi, zwłaszcza na Podkarpaciu i w Poznańskim, mają najbardziej rozbudowane związki z Ameryką: *gros* Polonii w USA rekrutuje się z tych właśnie okolic. Obfitość i zasobność tego, co szło do Jasła, Nowego Sącza i Krotoszyna z Chicago, Detroit i Buffalo, śni się po nocach warszawskim dandy-som i elegantkom. Kmiecie jak to kmiecie, zawsze gustowali raczej w kamgarnowych wyrobach Łodzi i Białegostoku, które nawet niezdar-ny przemysł socjalistyczny wkrótce rzucił na rynek. Zaś chłopi rzucili swe prezenty od krewnych na okoliczne jarmarki: już wkrótce w kurzu i błocie małopolskich targów walały się stopy taftowych sukien, mokasynów, kolorowych blezerów, płaszczów z wielbłądziej wełny, flanelowych spodni i spódnic, garniturów z *Prince de Galles*, sandałów na słoninie. Zaś z Warszawy i Krakowa przybyli ludzie całkiem różnego rodzaju: asy i notable przedwojennego Kiercelaka i placu Kazimierza, wyrafinowani specjaliści handlu starzyzną ze zwierzynieckiej Tandety i z praskich bazarów poczęły krążyć pośród podhalańskich i kurpiow-

---

<sup>376</sup> L. Tyrmand, *op. cit.*, s. 92.

<sup>377</sup> Anna Pelka tak opisuje instytucję ciuchów: „Zagraniczne tkaniny i odzież pochodzącą z paczek sprzedawano wtedy po wygórowanych cenach w komisach lub też na miejskich bazarach, w stolicy nazwanych »ciuchami«. Najpopularniejsze warszawskie »ciuchy« to bazar Różyckiego, który w ówczesnej Polsce urósł do rangi »kuźni mody« i »wylegarni elegancji«. W Krakowie modną odzież i obuwie kupowano na »tandecie« – targowiskach sytuowanych przede wszystkim na Kazimierzu lub na obrzeżach miasta” – *e a d e m*, *op. cit.*, s. 24.



skich straganów i macać towar z ostrożną ironią. Wietrzyli narodzi-  
ny wielkich koniunktur handlowych i nie omylili się. Krótka podróż  
z Warszawy do Tarnowa czy Bochni, odpowiedni rozmiar waliz i kilku  
pomocników stanowiło załączek fortun. Łupy lądowały nie opodal Ba-  
zaru Różyckiego na Pradze, który to placyk znany był w Warszawie  
od niepamiętnych czasów jako „ciuchy” – stąd i nazwa całej doniosłej  
gałęzi naszej ekonomiki, zatrudniającej i utrzymującej dziś tysiące  
ludzi, mimo że śladu jej nie ma w urzędowych statystykach gospodar-  
czych<sup>178</sup>.

Jak zauważa Tyrmand, bardzo szybko „odzież paczkowa przesunęła  
się z kategorii artykułu pierwszej potrzeby”, jaką była w pierwszych powo-  
jennych latach, „do klasy luksusu i wykwintu”<sup>179</sup>.

Drugim elementem, na który zwraca uwagę Tyrmand w swoim opi-  
sie fenomenu bikiniarstwa, był ideologiczny wymiar tego zjawiska. Biki-  
niarze bowiem

uczynili ze swego ubioru manifestację nonkonformizmu i oporu wo-  
bec rzeczywistości. Karykaturalne formy, jakie mu nadali, miały na  
celu sprowokowanie uwagi społeczeństwa. W społeczeństwie maso-  
wym w okresie stalinizmu wszelkie przejawy indywidualizmu spoty-  
kały się z ostrą krytyką ze strony rządzących i dużej części społeczeń-  
stwa, stąd ostentacyjność bikiniarzy, wyrażająca się w ich wyglądzie,  
wywołać musiała gwałtowną reakcję. Noszenie kolorowych „ciuszków  
i szmatek” mogło nieść za sobą oskarżenia o „kosmopolityczne cią-  
gotki” (...) nierzadko młody chłopiec, który otrzymał od krewnych zza  
granicy hawajską koszulę, miał poważne wątpliwości, czy jej noszenie  
nie spowodzi na jego głowę ostrza krytyki. Bikiniarze jednak świa-  
domie afiszowali swój stosunek do istniejącego porządku za pomocą  
wyglądu<sup>180</sup>.

Bikiniarstwo stało się niewątpliwie aktywnością polityczną, ponie-  
waż jak twierdzi Mirosław Pęczak: „miało w warunkach polskiej wersji  
stalinizmu ewidentną funkcję prowokacji”<sup>181</sup>. Tym bardziej że fascynacja  
Zachodem i znienawidzoną przez reżim Ameryką nie kończyła się jedy-

<sup>178</sup> L. Tyrmand, *op. cit.*, s. 90.

<sup>179</sup> *Ibidem*.

<sup>180</sup> M. Chłopek, *op. cit.*, s. 97.

<sup>181</sup> M. Pęczak, *op. cit.*, s. 63.

nie na ostentacyjnym noszeniu się po bikiniarsku. By zaistnieć i zyskać szacunek i uznanie w subkulturze bikiniarzy, należało nie tylko wyglądać „po amerykańsku”, ale również posiadać wiedzę o amerykańskiej kulturze, muzyce czy modzie<sup>382</sup>. Należało być prawdziwym fascynatem, hołdującym zachodniej kulturze i zachodnim wartościom, a to oznaczało automatycznie odrzucenie wartości stanowiących podstawę ideologiczną i estetyczną socrealizmu. Dlatego też bycie bikiniarzem

groziło w tym czasie poważnymi konsekwencjami, (...) bikiniarze narażeni byli na ciągłe szykany władz i ZMP-owskich aktywistów. W miejscach publicznych nieraz dochodziło do starć, w których wyniku obcinano bikiniarzom ręcznie malowane krawaty i niszczone ich wymodelowane fryzury. (...) Bikiniarzy wyrzucano z pracy, ze szkoły lub ze studiów. Atakowano ich w mediach: w artykułach prasowych, audycjach radiowych, a nawet na specjalnych afiszach, rozklejanych na słupach ogłoszeniowych lub eksponowanych na widocznym miejscu w zakładach pracy, w szkole lub na uczelni. W komedii *Sprawa do załatwienia* z roku 1953 (reż. Jan Rybkowski, Jan Fethke) amerykańska moda pochodząca z paczek jest przedmiotem kpín narratora, a „paniusie” zachwycające się „byłe ciuchem pochodzącym stamtąd” są negatywnym kontrastem dla bohaterki filmu Zosi, skromnie ubranej przodownicy pracy z zakładów obuwniczych. „Przeszkadzaczem społecznym” jest karykaturalnie przedstawiony bikiniarz-naciągacz (w tej roli Adolf Dymśa), sprzedający po zawyżonej cenie bilety na mecz bokserki. Bikiniarz utożsamiany był więc nie tylko z wrogiem ustroju, lecz w równym stopniu z chuliganem<sup>383</sup>.

O ile bowiem początkowo bikiniarstwo miało charakter bardzo elitarny i było uprawiane przez młodzież inteligentką i licealno-akademicką, to później, podobnie jak to miało miejsce w przypadku angielskich teddy boys, dopływ do bikiniarskich szeregów młodzieży z nizin społecznych i rodzin lumpenproletariackich spopularyzował to zjawisko, ale jednocześnie pozbawił je pierwotnego wyszukania. Proces ten spowodował połączenie zjawiska bikiniarstwa z drobną przestępczością i chuligaństwem. Na istnienie podziałów w subkulturze bikiniarskiej wskazuje Marek Hłasko, wyróżniając między innymi „Bikiniarza mającego rozterki duchowe

<sup>382</sup> M. Chłopek, *op. cit.*, s. 108.

<sup>383</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 26.

i artystyczne zamiłowania – człowieka *par excellence* zachodniego, który w chwilach wolnych od picia, szlajania się oraz czytania sensacyjnej literatury mówi o poszanowaniu własnej indywidualności. (...) Jednak w przeważającej mierze bikiniarze wywodzili się z dołów drabiny społecznej”<sup>384</sup>.

W praktykach bikiniarskich chuliganów widać aspiracje młodych ludzi, którzy podobnie jak niemieccy Halbstorken czy wspomniani już teddy boys pragnęli wejść w obszar do tej pory zarezerwowany dla elit, skosztować burżuazyjnego życia. Podobnie zatem jak na Zachodzie kultura amerykańska uwielbiana zarówno przez bikiniarzy, jak i chuliganów stanowiła z jednej strony element demokratyzujący, z drugiej zaś przez swą rynkową niedostępność dla młodzieży z warstw niższych wyraźny element dzielący te dwie klasy społeczne.

W Polsce, w pierwszej powojennej dekadzie, kiedy wytwarzały się i kryształizowały pionierskie style subkulturowe, dostęp do amerykańskich produktów kultury masowej był bardzo trudny, a w przypadku chuliganów wywodzących się z nisko sytuowanych w społecznej hierarchii środowisk prawie niemożliwy. Mimo to funkcjonowały określone wyobrażenia na temat mody czy obyczajowości amerykańskiej, które choćby drogą ustnych opowieści jakoś do chuliganów docierały. Na początku lat 50. „magistrami elegancji” byli dla środowisk chuligańskich bikiniarze, wywodzący się przeważnie z inteligenckich domów i niekiedy posiadający rodzinne kontakty z Zachodem<sup>385</sup>.

Niewątpliwie zainteresowanie chuliganów stylem życia prawdziwych, elitarnych bikiniarzy nie przysłużyło się tym ostatnim, a władza ludowa skrupulatnie wykorzystywała wybryki chuliganów<sup>386</sup> i w propagandowym

<sup>384</sup> M. Chłopek, *op. cit.*, s. 91.

<sup>385</sup> M. Pęczak, *op. cit.*, s. 28.

<sup>386</sup> Warto odnotować, że niektóre wybryki chuligańsko-bikiniarskie miały swój finał przed sądem. Najślynniejszy był tzw. proces bikiniarzy: „W listopadzie 1951 r. w Warszawie przed Wojskowym Sądem Rejonowym stanęli »bikiniarze-bandyci«. Na ławie oskarżonych zasiadli liczący ok. 20 lat Zbigniew Burmajster, Hieronim Wysocki, Zbigniew Ciołek i Wojciech Grochowski, mieszkańcy Falenicy. Trzej byli uczniami technikum, jeden studentem. Podając się za członków podziemia antykomunistycznego oraz za funkcjonariuszy UB, napadali na zamożnych mieszkańców Warszawy: lekarzy, adwokatów, profesorów, a także na sklepy. Napadli też na Janinę Schoenbrennerową, współautorkę wyjątkowo zakłamanego podręcznika historii Polski. Napastnicy oświadczyli jej, że z wyroku podziemia została skazana na kontrybucję 50 tys. zł i na przeproszenie na piśmie narodu polskiego. Partyjna pani profesor oświadczenie napisała i zapłaciła 6 tys. zł. Burmajstra i Wysockiego skazano na karę śmierci (potem Bierut zamienił karę na dożywotnie więzienie), pozostali na długoletnie więzienie. Wyszli

dyskursie wrzucała wszystkich do jednego wora, chociaż jak twierdzi Pęczak, chuligani i bikiniarze należeli do odmiennych, wręcz opozycyjnych kategorii subkulturowych, pomimo wykorzystywania podobnego (ale jednak nie identycznego) *dress codu* i uprawiania podobnych (ale nie tych samych) aktywności. Bikiniarzy Pęczak lokuje w obszarze bohemy – subkultury miękkiej, „otwartej na swobodny dopływ nowych adeptów i sympatyków, kultywującej różnie rozumiany »etos wolnościowy«”<sup>387</sup>, podczas gdy chuliganów wpisuje w subkulturowy wzorzec gangu – subkulturę twardą, „afirmującą przemoc, odwołującą się do tradycji kryminalnego podziemia, która tworzyła społeczności o charakterze zamkniętym, ekskluzywnym, opartym na strukturze hierarchicznej”<sup>388</sup>.

Jednak dla władzy ludowej młodzież, która nie „budowała” komunizmu, nie podporządkowała się partii, nie należała do ZMP, nie uczestniczyła w pochodach i czynach społecznych, była ofiarą zgubnych wpływów Zachodu. Dlatego też bikiniarzy i bikiniarsko wystylizowanych chuliganów nie traktowano jako niezależne, samoświadome jednostki, lecz jako ofiary amerykańskich imperialistów, którzy w celu uzyskania korzyści materialnych i ideologicznych mącą w głowach młodym ludziom, kusząc ich trywialnymi tekstami swojej kultury – filmami, książkami, piosenkami. Bez tej podstępnej działalności zepsutego Zachodu, któremu przewodzi Ameryka, młodzież niewątpliwie interesowałaby się tym, co ważne – odbudową kraju, żniwami i wartościową kulturą socrealizmu. Zarówno dziwnie ubrany bikiniarz, jak i noszący plerezę rzezimieszek byli postrzegani jako reprezentanci interesów chciwych kapitalistów, a więc wrogowie ludowej ojczyzny, a walka i z jednymi, i z drugimi stawała się ważnym celem politycznym. Przy czym, to nie kryminalne występkі martwiły władzę, lecz ostentacyjne obnaszanie się z sympatiami proamerykańskimi, zachłanne konsumowanie strzępów amerykańskiej kultury – czy to tej w postaci zachodnich ubrań, amerykańskich papierosów, czy też tanecznych harców *à la* boogie-woogie, słuchania jazzu czy oglądania coraz trudniej dostępnych amerykańskich filmów. Zasada była prosta i oparta na starym, dobrze znanym mechanizmie psychologicznym, który władza ludowa nie

---

na wolność po 1956 roku” – *Najsłynniejsze skoki PRL*, Śledczy Focus, [online] <http://sledczy.focus.pl/afery-kryminalne/najslynniejsze-skoki-prl-74>, dostęp: 30 VI 2015.

<sup>387</sup> M. Pęczak, *op. cit.*, s. 12.

<sup>388</sup> *Ibidem*.

bardzo chciała przyjąć do wiadomości – im coś bardziej zakazane i trudniej dostępne, tym bardziej przez młodych ludzi pożądane i poszukiwane.

Jak w praktyce wyglądało konsumowanie wyobrażonej Ameryki przez bikiniarzy? Poza bikiniarskim kostiumem, który był bardzo luźnym nawiązaniem do amerykańskiego oryginału, żeby nie powiedzieć czystą imaginacją, było to słuchanie jazzu, przeważnie przy dość powierzchownej jego znajomości, sprowadzającej się do rozpoznawania znanych tanecznych „kawałków”, tańce w rytmach boogie-woogie czy jive’a, tańczonych na prywatkach, a bywało, że i potańcówkach w miejscach publicznych. Bikiniarze spotykali się w swoich ukochanych miejscach i bezproduktywnie, jak podkreślała władza, włóczyli się po mieście. Ostentacyjnym wyglądem i zachowaniem budzili zainteresowanie jednych i oburzenie innych. Ich papuzi wygląd, manieryczne zachowanie, zwracanie się do siebie angielskimi imionami czy szpanowanie amerykańskimi papierosami były zdecydowanie przerysowane, tym bardziej że tło było nadzwyczaj szare i ponure. Ameryka, którą wyobrażali sobie bikiniarze, miała takie właśnie jaskrawe barwy, była hiperrealistyczną przesadą ocierającą się o karykaturę. Przez to bikiniarska Ameryka była aż nadto ostrym kontrastem w stalinowskiej rzeczywistości, przełamywała reżim wyrazistym protestem w sferze symbolicznej. Elementy amerykańskiej kultury przefiltrowane przez lokalne okoliczności oraz osobowości ich użytkowników zostały wykorzystane przede wszystkim do wyrażenia siebie, do swobodnego procesu samoamerykanizacji (*self-americanization*), który posłużył jako narzędzie wizerunkowego samoupodmiotowienia i samookreślenia. Hanna Świda-Ziemia dowodzi, że „podstawowe idee oraz złagodzone elementy owej subkultury od 1953 roku stały się ważnym składnikiem zachowania i świadomości pokolenia »opozycji obyczajowej«”<sup>189</sup>.

Jak już wspominaliśmy, pokolenie „opozycji obyczajowej” dzieliło z bikiniarzami fascynację Zachodem, a kult ten „w znacznej mierze determinował sposób spędzania wolnego czasu w grupach koleżeńskich. Ten kult wyrażał się przede wszystkim w apoteozie jazzu i tańców Zachodu. Słuchać jazzu, tańczyć burżuazyjne tańce (samba, rumba, rock’n’roll) stanowiło najwyższy wyraz radości życia. (...) W domach prywatnych natomiast można było złapać jazz w radiu lub czasem nastawić płyty nabyte na

<sup>189</sup> H. Świda-Ziemia, *op. cit.*, s. 189.

bazarach”<sup>390</sup>. Jak ważna była amerykańska muzyka dla młodych ludzi tego pokolenia, świadczą cytowane przez badaczkę wypowiedzi nastolatków: „Cokolwiek mnie złego spotka w ciągu dnia, to i tak wszystko ze mnie spłynie wieczorem o 8-ej, gdy przez radio nadają muzykę z USA. Co to za fantastyczny jazz. To moje najwspanialsze chwile. Zacząłem chodzić z Magdą. Bajkowo tańczy rocka. A jakie ma płyty...”<sup>391</sup>.

Ostatnia wypowiedź zwraca również uwagę na kolejną cechę tego pokolenia, a mianowicie postawę konsumpcyjną. Już dla bikiniarzy szczególnie ważny był aspekt posiadania. W targanej niedoborami gospodarce stalinowskiej byli piewcami konsumpcyjnego stylu życia. Gonili za modnym ubraniem, zachodnimi papierosami, dobrym alkoholem. Młodzież pokolenia „opozycji obyczajowej” również chciała być modnie ubrana i choć ich ubiór w porównaniu z bikiniarskim był bardziej stonowany, to jednak wciąż ważne było jego zachodnie pochodzenie, a takie ubrania były nie tylko trudno dostępne, ale też niezwykle drogie. Dlatego zapewne wartości materialne były dla tego pokolenia tak ważne. Świda-Ziemba twierdzi, że z tak demonstracyjnym uznaniem wartości materialnych nie spotkała się w badaniach żadnych innych pokoleń okresu Polski Ludowej, a postawy takie pojawiły się dopiero w okresie transformacji w latach 90.<sup>392</sup>

Z manifestowaniem standardu materialnego jako istotnej wartości łączy się również apoteoza Stanów Zjednoczonych i przekonanie o bogactwie tego kraju, które jest udziałem zwykłych ludzi. Wydaje się, że ten stosunek do Ameryki, amerykańskiej kultury popularnej jako z jednej strony narzędzia ekspresji swoich emocji i osobowości, a z drugiej jako pewnego wyimaginowanego obszaru, w którym wszystko jest lepsze, łatwiejsze i weselsze, „gdzie pieniądze rosną na drzewach, a drób spada z nieba – pieczony i podany razem z widelcem”<sup>393</sup>, utrzymywał się w całym polskim społeczeństwie, nie tylko wśród młodzieży, przez cały okres Polski Ludowej.

Wydarzeniem, które z jednej strony jednoznacznie pokazuje stosunek Polaków do Ameryki i amerykańskiej kultury, a z drugiej jest potwier-

---

<sup>390</sup> *Ibidem*, s. 191.

<sup>391</sup> *Ibidem*.

<sup>392</sup> *Ibidem*, s. 192.

<sup>393</sup> T. Tabako, *The Presence of Myth. A Conversation with Leszek Kołakowski*, „2B” 1995, nr 7-8, s. 21.

dzeniem nieefektywności działania komunistycznej propagandy, była otwarta 15 grudnia 1952 roku w warszawskim Arsenale z inicjatywy władz antyamerykańska wystawa *Oto Ameryka!* Jej głównym celem było obrzydzenie Stanów Zjednoczonych w oczach Polaków.

Wielkie fotografie ukazywały Murzynów palonych żywcem przez członków Ku-Klux-Klanu, nieludzkie warunki życia w indiańskich rezerwatach i brutalnie tłumione strajki robotników. Zwiedzającym pokazywano przedmioty codziennego użytku i wytwory kultury masowej, mające dowodzić zwyrodnienia amerykańskiego społeczeństwa. Obok umieszczano zdjęcia wychudzonych ludzi, rzekomo przedstawiające bezrobotnych Amerykanów<sup>394</sup>.

Polska Kronika Filmowa opatrzyła materiał z wystawy takim oto komentarzem:

Co czeka obywatela tego „wolnego” kraju? Stryczek założony rękami amerykańskich faszystów... Jest wolność w tym kraju dla samosądów i linczów, dla fabrykantów i łamistrajków... Państwo i policja bronią prawa do wyzysku... Oto amerykański styl życia! Malarstwo? Goła dziwka na krawacie bikiniarza. Literatura? Zdziczenie, sadyzm, pornografia. Siedem grzechów głównych za jednego dolara! Imperializm amerykański pierwszy na świecie użył broni bakteriologicznej, zawarł sojusz z cholerą, tyfusem i dżumą<sup>395</sup>.

Tak tę wystawę opisywała prasa reżimowa:

Jaskrawożółte ściany jednej sali pokryte są surrealistycznymi rysunkami. W gablotkach leżą krawaty typu „bikini”; obrzydliwe, urągające i estetyce, i zdrowemu rozsądkowi drobiazgi toaletowe w kształcie miniaturowych klozetów; „comicsy” i pornograficzne wydawnictwa; mordercze zabawki dla dzieci. Nic dziwnego, że ludzie wychowani w atmosferze takiej kultury grasują po ulicach miast z bombami i rewolwerami, dokonują mordów na ludziach niewinnych, kobietach i dzieciach<sup>396</sup>.

<sup>394</sup> Cyt. za: *Kantata na parę blue jeans*, „Newsweek Polska” 2002, 8 XII, [online] <http://polska.newsweek.pl/kantata-na-pare-blue-jeans,24993,1.1.html>, dostęp: 18 IV 2015.

<sup>395</sup> Polska Kronika Filmowa, 3/1953.

<sup>396</sup> Cyt. za: *Kantata...*

Wystawa okazała się wielkim sukcesem, który zaskoczył zapewne także samych organizatorów. „Był to chyba jedyny w historii PRL-u spektakl propagandowy, na który widzów nie trzeba było zganiać pod przymusem. Przychodzili sami. A przesłanie ekspozycji odbierali na opak: wystawa nie napawała ich wstrętem do Ameryki, lecz budziła podziw dla osiągnięć tego kraju”<sup>397</sup>.

Marek Hłasko w *Pięknych dwudziestoletnich* tak wspomina tamto wydarzenie: „W roku 1952 urządzono w Arsenale wystawę pod dramatycznym tytułem »Oto Ameryka!«. Nazbierano do cholery i trochę eksponatów: pistolety dla szpiegów, bomby napalmowe, comics’y zrobione z *Braci Karamazow* i trupy jakichś Murzynów. Skutki wystawy były straszliwe; godzinami czekało się w kolejce na wejście, gdyż ludzie chcieli zobaczyć cokolwiek amerykańskiego”<sup>398</sup>. Podobne wspomnienia z tego wydarzenia zachowały się w pamięci Richarda Horowitza: „Był to chwyt propagandowy, bo komuniści myśleli, że wystawa odzwierciedli symbol »amerykańskiej klęski«. A nam tylko ślinka kapłała, gdy oglądaliśmy te kolorowe krawaty, koszule w pstrokate wzory, komiksy, puszki zupy Campbell, butelki coca-coli i plastikowe długopisy”<sup>399</sup>.

Podobnie sprawa miała się z amerykańskimi filmami, które jak pamiętamy, krótko po wojnie znalazły się w oficjalnej dystrybucji, nie stając się jeszcze obiektem krytyki ani propagandowej drwiny. W czasach stalinizmu liczba filmów amerykańskich została drastycznie ograniczona. Marek Hłasko pisze, że jedynym z niewielu miejsc, gdzie w Warszawie można było oglądać amerykańskie filmy, był Ośrodek Informacyjny przy Ambasadzie USA w Warszawie.

Chodziliśmy do Ośrodka Informacyjnego przy Ambasadzie U.S.A. Nikt z nas nie znał wtedy języka angielskiego, ale oglądaliśmy ilustracje w takich pismach jak „Life” czy „Time” oraz amerykańskie książki i czasopisma. Czasami Ośrodek Informacyjny urządzał projekcje filmów, chodziliśmy tam, a po pokazie zgarniali nas tajniacy z pobliskiego komisariatu przy ulicy, zdaje się, że Piusa. Tam nas legitymowano

---

<sup>397</sup> *Ibidem*.

<sup>398</sup> M. Hłasko, *Piękni dwudziestoletni*, Instytut Literacki, Paryż 1987, s. 81, *Biblioteka Kultury*, 128.

<sup>399</sup> K. Przybyszewska, *Krakowska nostalgia*, wywiad z R. Horowitzem, „Viva” 2015, 13 VIII, s. 52.



i opieprzano; odzyskanie wolności trwało zawsze parę godzin; miało to te dobre strony, że obejrany uprzednio film można było przedyskutować w tym samym gronie widzów, czekających na swoją kolejkę bez pasczków, sznurowadełek i krawacików. I tak do następnego razu<sup>400</sup>.

Po słynnej sprawie zabójstwa Stefana Martyki w 1951 roku Ośrodek zamknięto, a represje stalinowskie zostały znacznie zaostrome.

Kolejne lata stalinizmu przyniosły bardziej jednoznaczną strategię w traktowaniu amerykańskiej kultury i Polacy byli skazani na oczywiste, z góry przewidywalne propagandowe treści, które dotyczyły amerykańskich produktów. Amerykański repertuar zniknął z kin, pojawiło się za to sporo filmów z innych krajów. Najwięcej było obrazów produkcji radzieckiej oraz tzw. bratnich kinematografii, pokazywano również filmy włoskiego neorealizmu, które zarówno swoją estetyką, jak i przesłaniem wpisywały się nurt ideologiczny polskich władz. Na początku okresu stalinowskiego wyświetlano jeszcze westerny. W 180 numerze „Przekroju” z września 1948 roku czytamy krótką recenzję *Miasta bezprawia* w reżyserii Johna Forda, której autor, starając się zachować pozory obiektywizmu, wyraża dość krytyczną, pełną cynizmu opinię, którą podsumowuje tak: „Znaczenie pedagogiczne takich filmów jest raczej ujemne, a szkoda, bo młodzież chodzi na nie z zamiłowaniem”<sup>401</sup>.

Nieco później na temat opowieści Dzikiego Zachodu można było poчитать w „Przekroju” takie teksty, jak ten autorstwa Lucjana Wolanowskiego poświęcony postaci Williama Cody’ego i stalinowskiej odsłonie prawdy historycznej o amerykańskim pograniczu. Tak oto autor wprowadza czytelnika w obszar tematyczny swojego obszernego artykułu:

Kto z nas nie czytał „cowboyskiej” książki? Kto nie widział filmu z „Dzikiego Zachodu”? Pseudo-romantyzm wspaniałych przygód przysłań tam smutną rzeczywistość – mordowania ludzi, których jedynym przestępstwem było to, że bronili swojej ziemi ojczystej przed zachłannością przybyszów. Większość bohaterów z tych powieści i filmów żyła naprawdę, ale ich prawdziwe życie odbiegało bardzo od mitu, jaki stworzyli już przed laty wokół ich postaci amerykańscy reklamiarze<sup>402</sup>.

<sup>400</sup> M. Hłasko, *op. cit.*, s. 72-73.

<sup>401</sup> Film. *Miasto bezprawia*, „Przekrój” 1948, nr 180, s. 9.

<sup>402</sup> L. Wolanowski, *Bohaterowie złoczonego wieku*, „Przekrój” 1950, nr 286, s. 13.

Cały artykuł, utrzymany w podobnym tonie, ma na celu zdemaskowanie amerykańskiego mitu Dzikiego Zachodu i pokazanie amerykańskiej hipokryzji. Nachalny propagandowy język nie pozostawia żadnego miejsca na własną ocenę opisywanych wydarzeń czytelnikowi, ale też jak wiadomo, ten oczywisty propagandowy dyskurs przeważnie wywoływał u odbiorców reakcje przeciwne do oczekiwanych.

Dziki Zachód był nadal przez Polaków mitologizowany i na długo jeszcze pozostał obszarem inicjującym fantastyczne wyobrażenia zarówno wśród bardzo młodych, jak i nieco starszych chłopców. Westernowe motywy, postaci, rozwiązania fabularne były przez Polaków świetnie znane z przedwojennego kina, popularnych tanich książek czy krótkiego powojennego okresu, w którym kultura amerykańska była w Polsce dozwolona. W okresie stalinowskim funkcjonowały w podziemnym obiegu i wraz z innymi tekstami amerykańskiej kultury popularnej służyły do manifestacji młodzieńczego buntu, niezgody na szarą rzeczywistość i były wykorzystywane do symbolicznej walki z systemem. Chłopiek przytacza fragment listu czytelnika do magazynu „Po Prostu” z 1952 roku: „Jechałem pociągiem z Krakowa do Katowic. Razem ze mną siedzieli w przedziale czterej studenci (...). Ubrani według zasad bikiniarskiej mody, śpiewali piosenkę w takt samby: W tawernie pod sombrero / sambę grają / Szeryf tańczy, a za oknem stoi / długi Tom, / Mierzy z colta prosto w okno / farmera / Światło gaśnie, samba cichnie / Tom strzela. Dalej następować miał refren o słowach: »Montana, Montana to najpiękniejszy w USA stan«”<sup>403</sup>. Druga zwrotka tego „tworu zachodniej kultury” według czytelnika brzmieć miała następująco: „Gdy w Montanie słońko wschodzi / raniutko / To cowboye robią napad cichutko / I szeryfa w jego łóżku związują / I spokojnie mu dolary rabują”<sup>404</sup>. Według autora listu pieśń ta miała być jeszcze jednym dowodem na to, że „dżollerski ubiór idzie w parze z zachwytem dla gangsteryzmu, dla zwyrodniałych obyczajów amerykańskich”<sup>405</sup>. Ta prosta przyspiewka inspirowana amerykańską historią i kulturą popularną wyraźnie wskazuje na znakomitą znajomość postaci i motywów westernowych opowieści, co wynikało z tego, że rzeczywiście

---

<sup>403</sup> Z. Lubos, *Śpiewający bikiniarze*, „Po Prostu” 1952, nr 4, cyt. za: M. Chłopek, *op. cit.*, s. 112.

<sup>404</sup> *Ibidem*.

<sup>405</sup> M. Chłopek, *op. cit.*, s. 11.

młodzież z zamiłowaniem westernowe historie i czytała, i oglądała. Te narracje i ich bohaterowie odegrają w kulturze polskiej ważną rolę, o czym będzie jeszcze mowa.

W obszarze mody w czasach stalinowskich ważnym źródłem inspiracji pozostawała Europa, głównie Francja, która określała zasady elegancji i trendy dla dorosłych, jednak młodzież poszukiwała głównie amerykańskiego „ciucha”, i to nie wyłącznie młodzież kontestująca stalinowską rzeczywistość. Tyrmand tak pisze o wpływie amerykańskiej mody i stylu:

Amerykanie stworzyli modę masową, różną od *Haute Couture* i londyńskiej Old Bond Street, lecz tak nasiąkłą współczesnością, sensem, stylem i potrzebą chwili, że jej wpływ jest nie do pokonania, zaś religie, ideologie, państwowe autorytety i narodowe tabu są wobec niej bezsilne. Żadne „żelazne kurtyny” nie stanowią dla niej zapory, jej potęgą przenika wszędzie, nie można jej zwalczyć ani światopoglądem, ani zakazem, ani szyderstwem. Do Polski przybywa ona w „ciuchowych” paczkach. Na praskim placu pokrytym kolorowymi szmatami tłoczą się żony komunistycznych dygnitarzy, słynni architekci na usługach rządu, poeci opiewający jeszcze wczoraj Stalina i muzycy wymieniający tysiące złotych z nagród za rewolucyjne kantaty na parę *blue jeans* wprost od Macy’s z Nowego Jorku. Rzecz jasna, że „ciuchy” są źle widziane i mogą stanowić ruinę kariery, toteż do pracy chodzi się w zetem-powskiej koszuli i w waciaku, a dopiero wieczorem, w „Kameralnej” welwetowa marynarka i krawat *swing*<sup>406</sup>.

Ta obserwacja pisarza zapisana w jego dzienniku w 1954 roku sugeruje już pewne oznaki poststalinowskiego odprężenia. Śmierć Stalina w 1953 roku zrodziła w społeczeństwie polskim wiele nadziei na zmiany, chociaż jak twierdzi Świda-Ziemba: „Komuniści polscy, nieco uwolnieni od dyktatu Rosji sowieckiej, już z własnej inicjatywy w roku 1953 i częściowo 1954 trzymali społeczeństwo mocną ręką”<sup>407</sup>. Ucieczka na Zachód wysokiego funkcjonariusza Ministerstwa Bezpieczeństwa Publicznego Józefa Świtały i jego audycje *Kulisy bezpieki i partii* nadawane przez Radio Wolna Europa, w których demaskował okrucieństwa aparatu władzy, były ważnym elementem wpisującym się w postępującą erozję stalinizmu

<sup>406</sup> L. Tyrmand, *op. cit.*, s. 91.

<sup>407</sup> H. Świda-Ziemba, *op. cit.*, s. 231.

w Polsce, prowadząc do zmian w kierownictwie partyjno-państwowym, co w efekcie doprowadziło do procesu przez historyków zwanego „odwilżą”.

#### 4. ODWILŻ – NADZIEJE I ROZCZAROWANIA

Odwilż polegała na stopniowym osłabianiu rygorów w życiu politycznym i społecznym, zaczęła się w roku 1955, a zakończyła w październiku 1957 roku pozbawiającym społeczeństwo złudzeń na liberalizację zamknięciem tygodnika „Po Prostu”. Świda-Ziemba dzieli ten krótki okres odwilży na trzy etapy. W pierwszym etapie – w roku 1955 – „Można już wystawiać klasykę polską, na którą wałą tłumy: *Dziady* Mickiewicza, *Wesele* i *Noc listopadową* Wyspiańskiego, *Kordiana* Słowackiego. Dzięki tym sztukom ludzie doświadczają tego, że Polska wraz z jej kulturą żyje, nie została wessana w sowiecką kulturę tzw. internacjonalizmu”<sup>408</sup>. Odrzucono socrealizm jako jedynie słuszną metodę twórczą, zamiast tego pojawił się symbolizm, formalizm czy abstrakcjonizm. Zaczęto także wydawać polskich pisarzy do tej pory uważanych za kontrowersyjnych: Marka Hłasko czy Leopolda Tyrmanda. Odbywający się latem 1955 roku w Warszawie V Światowy Festiwal Młodzieży i Studentów, mający w swoich założeniach pokazać wyższość komunizmu nad kapitalizmem, dzięki odczuwalnemu powiewowi wiatru odnowy oraz młodzieńczej spontaniczności wymknął się nieco władzom spod kontroli. Do Polski przybyła wówczas młodzież nie tylko z krajów socjalistycznych, ale także z Zachodu i państw bardziej egzotycznych. Trzymani w izolacji i żyjący w szarzyźnie Polacy zachwycili się barwną różnorodnością.

Jacek Kuroń wspominał, że festiwal spowodował prawdziwy szok, ponieważ do Polski przyjechali „kolorowi młodzi ludzie ze świata”, którzy „tańczyli, śmiali się (...) nie bali się żadnych tabu”<sup>409</sup>.

Trwający dwa tygodnie festiwal przyniósł powiew swobody i obniżył nieco poziom panującego w społeczeństwie strachu. Bezpośredni kontakt z kulturą zachodnią, możliwość spontanicznego wyrażania uczuć,

<sup>408</sup> *Ibidem*, s. 236.

<sup>409</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 42.

poczucie wolności trwale odcisnęły się w świadomości ludzi, przyczyniając się do dalszego rozluźnienia (...)»<sup>410</sup>.

Tydzień po zakończeniu Festiwalu, 21 sierpnia 1955 roku, 34 numer „Nowej Kultury”, oficjalnego pisma Stowarzyszenia Pisarzy Polskich, opublikował słynny *Poemat dla dorosłych* Adama Ważyka – stanowiący żywiolową krytykę komunistycznej rzeczywistości zafałszowanej przez stalinowską propagandę. Nastąpiło również wyraźne otwarcie na kulturę Zachodu, w tym kulturę amerykańską. To wtedy pojawiły się pierwsze wydania dzieł zakazanych dotąd amerykańskich pisarzy, a w kinach znów pokazywano amerykańskie filmy.

8 listopada 1955 roku w sali kina Wiedza znajdującego się w Pałacu Kultury i Nauki zaczął swoją działalność pierwszy Dyskusyjny Klub Filmowy „po prostu”, który zainaugurował wieloletnią aktywność projekcją amerykańskiego arcydzieła *Dyktator* Chaplina, które w tych szczególnych okolicznościach zyskiwało dodatkowe znaczenia.

Sala na 400 osób była pełna, część osób stała. Prelekcję wygłosił młody krytyk Krzysztof Teodor Toeplitz. – Po projekcji była dyskusja – wspomina Jan Budkiewicz, współtwórca i wieloletni szef DKF-u „po prostu”. – Czuło się, że ludzie kojarzyli *Dyktatora* ze Stalinem, ale nikt nie powiedział tego wprost. Odwilż dopiero się zbliżała. Gdy w popularnym tygodniku „Po Prostu” ukazał się anons o utworzeniu DKF-u, na schodach redakcji na Wiejskiej ludzie stali całą noc, żeby się zapisać. 90 proc. klubowiczów stanowili studenci Uniwersytetu, Politechniki i Akademii Medycznej»<sup>411</sup>.

Gdy w 1957 roku zamknięto tygodnik „Po Prostu”, władze poleciły również zmienić nazwę klubu, ale sama inicjatywa przetrwała i w kolejnych latach odegrała niezwykle rolę, kształtując kompetencje filmowe wielu Polaków. W DKF-ie można było zobaczyć filmy, jakich nie oglądano nigdzie indziej, bo choć

<sup>410</sup> M.A. Adamska, J. Polak, *Tom kultury. Lata 50. Przewodnik po wydarzeniach kulturalnych w Polsce i na świecie*, Vesper, Poznań 2008, s. 77-78.

<sup>411</sup> J. Szczerba, *50 lat Dyskusyjnego Klubu Filmowego „po prostu”*, Gazeta.pl, 4 XI 2005, [online] <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,3001344.html>, dostęp: 23 IV 2015.

trudno to sobie wyobrazić, ale repertuaru DKF-u nie trzeba było z nim uzgadniać. Korzystano z zasobów Centralnego Archiwum Filmowego, czyli obecnej Filмотeki Narodowej. Za darmo dostawali kopie z ambasad: amerykańskiej, francuskiej czy kanadyjskiej, która wraz z animacjami Normana McLarena sprowadziła do Warszawy ich autora. *Przeminęło z wiatrem* pokazali pięć lat przed premierą ogólnopolską. Wtedy to rektorat jednej z warszawskich uczelni złożył pod adresem Klubu nieoficjalny protest przeciwko „odciąganiu studentów od nauki”<sup>412</sup>.

Miesiąc po otwarciu warszawskiego DKF-u, 11 grudnia 1955 roku, powstał drugi klub filmowy w Polsce – Dyskusyjny Klub Filmowy Studentów i Młodej Inteligencji, Gdańsk – Sopot, a wiosną 1956 roku została powołana do życia Polska Federacja Dyskusyjnych Klubów Filmowych. W Polsce działało już wówczas sześć klubów filmowych.

Amerykańskie filmy zaczynały pojawiać się nieśmiało również w regularnych kinach. Wciąż jednak w latach 50., nawet w czasie odwilży, były prawdziwym rarytasem w repertuarze kin. W roku 1955, w którym tak wiele się działo w innych dziedzinach życia kulturalnego, kina pokazywały tylko dwa amerykańskie obrazy. Pierwszym był skromny film niezależny, inspirowany włoskim neorealizmem *Mały uciekinier* (*Little Fugitive*) z 1953 roku w reżyserii Raya Ashleya i Morrisa Engela, nagrodzony na festiwalu w Wenecji. Zadziwiające, że nawet przy tym skromnym obrazie pojawiła się pewna propagandowa zjadliwość recenzenta piszącego dla branżowego „Filmowego Serwisu Prasowego”<sup>413</sup>. Autor recenzji zaczyna tak: „W Ameryce na setki powstających rocznie filmów hollywoodzkich ukazuje się jeden, najwyżej dwa filmy produkcji niezależnej”. Dalej cytuje kilka fragmentów recenzji filmu z – jak pisze – „burżuazyjnej” prasy, którą krytykuje za pominięcie „tego, co w filmie Ashleya i Engela jest najważniejsze – problemu filmu”.

Recenzentom reakcyjnej prasy amerykańskiej nie w smak był problem *Małego uciekiniera*, filmu stanowiącego bezpośrednie oskarżenie syste-

---

<sup>412</sup> *Ibidem*.

<sup>413</sup> „Filmowy Serwis Prasowy” – dwutygodnik wydawany w latach 1955-1994 przez Redakcję Wydawnictw Filmowych Centrali Wynajmu Filmów. Publikacja przeznaczona dla branży filmowej zamieszczająca opisy filmów, informująca o nowych zakupach, terminach dystrybucji etc.

mu wychowawczego kształcącego dzieci i młodzież na sensacyjnych powieściach detektywistycznych, filmach, programach telewizyjno-radiowych i „comicsach” będących apoteozą przestępstwa we wszystkich jego formach. Przeciw zabawom tych dzieci, zabawom dziecięcym rewolwerami i karabinami w gangsterów i detektywów występuje ten film zawierający wymowne ostrzeżenie przed niebezpieczeństwem takiego wychowania dzieci. Taka jest właśnie myśl przewodnia filmu skrętnie pominięta przez amerykańskich, burżuazyjnych sprawozdawców<sup>414</sup>.

W cytowanym fragmencie z łatwością rozpoznamy dyskurs znany nam z tekstów zachęcających do zobaczenia wystawy *Oto Ameryka!* – natchnionej propagandy budowanej na nienawiści do Ameryki. W opinii recenzenta słychać również charakterystyczny dla władz tego i późniejszego okresu pełen hipokryzji głos troski o stan społeczeństwa, w którym dominuje skomercjalizowana kultura masowa. Troska ta z jednej strony była uzasadnieniem zarówno nieustającej krytyki amerykańskiej kultury popularnej, jak i ograniczania do niej dostępu.

W październiku 1955 roku na ekrany wchodzi drugi amerykański film: *Sól ziemi* (1953), wyreżyserowany przez Herberta J. Bibermana, który „przedstawia autentyczny fragment walki robotników o zapewnienie bezpieczeństwa pracy i poprawę bytu w kopalni”<sup>415</sup>. Film jest krytyką amerykańskiego kapitalizmu, co wystarczająco jasno tłumaczy jego obecność na polskich ekranach.

Rok 1955 był też niezwykle ważny dla jazzu i jego polskich fanów. 1 stycznia rozgłośnia radiowa Voice of America (Głos Ameryki) nadała po raz pierwszy legendarną audycję prowadzoną przez absolutnie kultowego, szczególnie dla słuchaczy „zza żelaznej kurtyny”, konfiansjera Willisa Conovera. Audycja nosiła tytuł *The Jazz Hour* i stanowiła drugą część dwugodzinnego muzycznego programu *Music USA*<sup>416</sup>. Słuchało jej miliony ludzi na całym świecie, poza Stanami Zjednoczonymi, w których na mocy ustawy Smith-Mundt z 1948 roku serwis Voice of America nie był dostępny.

<sup>414</sup> „Filmowy Serwis Prasowy” 1955, nr 5 (bez paginacji).

<sup>415</sup> „Filmowy Serwis Prasowy” 1955, nr 9, s. 10.

<sup>416</sup> W pierwszej części audycji nadawana była amerykańska muzyka popularna.

Audycje Conovera były podstawową lekturą dla fanów i sympatyków jazzu,

nadawane na falach krótkich, zawierały wszystko, co najlepsze w jazzie amerykańskim: nowości, ale i nagrania historyczne. Ich niezwykłość polegała na starannym, wyważonym doborze utworów i stylu zapowiedzi: Willis mówił powoli i bardzo wyraźnie, tak aby słuchacz nie znający języka angielskiego choć częściowo mógł zrozumieć, o co chodzi (...) wielu Polaków, Rosjan, Czechów i innych pod wpływem *Godziny jazzu* zaczęło uczyć się angielskiego. (...) Dawni podstarzalni słuchacze Conovera do dziś pamiętają wspaniały sygnał, który je otwierał: pierwsze takty *Take the A-Train* Billy'ego Strayhorna w wykonaniu orkiestry Duke'a Ellingtona, na tle których słysząc było namaszczone słowo „celebransa”: *This is Willis Conover in Washington D.C. with the Voice of America Jazz Hour*. Z uchem przy głośnikach nędznych odbiorników typu Pionier wszyscy polscy jazzmani i jazzfani wsłuchiwali się w dźwięki, których nie mogli usłyszeć gdzie indziej – ani na żywo, ani z płyty. (...) audycje Conovera stały się jazzową wszechnicą, a on sam swego rodzaju wyrocznią czy nawet arcykapłanem jazzowej wiary. Wywarł ogromny wpływ na polskie audytorium i jeżeli w rozwoju jazzu w Polsce nastąpiło wkrótce ogromne przyspieszenie – niezaprzeczalna w tym jego zasługa<sup>417</sup>.

W krajach bloku wschodniego, w tym także w Związku Radzieckim, Conover był prawdziwą gwiazdą, choć w samych Stanach Zjednoczonych był niemal zupełnie nieznany. Do Polski przyjechał po raz pierwszy w 1959 roku, witany niemal jak mesjasz, a potem jeszcze odwiedzał nasz kraj kilkanaście razy, stając się także wielkim promotorem polskiego jazzu i przyjacielem wielu polskich jazzmanów.

Rok 1955 przynosi również wznowienie, pierwszy raz od roku 1948, oficjalnych koncertów jazzowych Jam Session Tyrmanda, które odbyły się w pierwszych dniach marca. „Podczas Jam Session nr 1 grano standardy między innymi Honey Suckle Rose, każdy z długimi improwizacjami wszystkich uczestników. Przepelniona sala reagowała z entuzjazmem, graniczącym z histerią. Zachwyt wyrażano »po amerykańsku« gwiazdami,

<sup>417</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 154-155.



wyrzucano w powietrze marynarki. Po koncertach część prasy przepuściła atak na Tyrmanda i muzykę, która prowokuje chuligańskie wybryki<sup>418</sup>.

W pierwszych latach po śmierci Stalina, choć czuć było „wiatr odnowy”, społeczeństwo było wyraźnie podzielone na tych odważnych, pragnących zmian i tych bardziej zachowawczych, może nie do końca wierzących, że zmiany są możliwe. Byli też tacy, których myśl o zmianach napawała przerażeniem. Przełomowy referat Nikity Chruszczowa, w którym potępił on zbrodnie Stalina, wygłoszony na XX Zjeździe KPZR w lutym 1956 roku, wyznaczył według Świdy-Ziemby drugi etap odwilży<sup>419</sup>. Referat ten, w ZSRR traktowany jako tajny, w Polsce przeniknął do opinii publicznej i dał początek otwartej i totalnej krytyce dotychczasowej polityki, co widać wyraźnie w coraz odważniejszych publikacjach prasowych potępiających terror i domagających się na przykład rehabilitacji żołnierzy AK<sup>420</sup>. Bojowe nastroje skumulowały się wkrótce w wydarzeniach poznańskiego Czerwca '56 – krwawej konfrontacji robotników z komunistyczną władzą – które choć „nie były początkiem kształtowania się w Polsce opozycji i nie prowadziły bezpośrednio do kolejnych antykomunistycznych zrywów, to zwiększyły rosnący od kilku miesięcy kryzys zaufania do władz i przyspieszyły zmiany związane z wychodzeniem kraju ze stalinizmu”<sup>421</sup>. To wydarzenia poznańskie wyznaczają według Świdy-Ziemby początek trzeciego okresu odwilży<sup>422</sup>.

O ile Poznań w czerwcu 1956 roku tragicznie wstrząsnął polskim społeczeństwem, o tyle w sierpniu tego samego roku Sopot wywołał skandal obyczajowy, którego celem było obudzenie Polaków z marazmu i strachu. Tym razem narzędziem, które miało zmusić do refleksji, a może i podjęcia działań, była nie walka, lecz amerykańska muzyka. Między 6 a 12 sierpnia odbywał się w Sopocie I Festiwal Jazzowy, którego pomysłodawcą był Franciszek Walicki, a jednym ze współorganizatorów Leopold Tyrmand, wtedy już znany pisarz – jego powieść *Zły* wydana w grudniu 1955 roku przyniosła mu sławę i uznanie. Festiwal wzbudził ogromne zainteresowanie przede wszystkim młodzieży. Występowały na nim najlepsze polskie

<sup>418</sup> *Ibidem*.

<sup>419</sup> H. Świda-Ziemba, *op. cit.*, s. 242.

<sup>420</sup> *Ibidem*, s. 243-244.

<sup>421</sup> M.A. Adamska, J. Polak, *op. cit.*, s. 77-78.

<sup>422</sup> H. Świda-Ziemba, *op. cit.*, s. 245.



9. I Festiwal Jazzowy w Sopocie w 1956 roku był symbolem zmian „odwilżowych” i manifestacją pokoleniową młodzieży

zespoły: Sekstet Komedy, Melomani, Zespół Kurylewicza, Zespół Wicharego oraz ciekawy krakowski zespół „Drażek” i Pięciu, którego liderem był dwudziestotrzyletni wówczas student drugiego roku matematyki Uniwersytetu Jagiellońskiego Stanisław „Drażek” Kalwiński. Na festiwalu wystąpili również goście z zagranicy: brytyjski The Dave Burman Group oraz czeska grupa Kamila Hala<sup>423</sup>.

Jednak nie sam jazz był bohaterem tych dni, tym bardziej że popisy muzyczne polskich zespołów nie zachwyciły<sup>424</sup>, ważniejsze było to, co jazz i cała wyrosła wokół niego kultura wyzwoliły w uczestnikach tego wydarzenia. Festiwal jazzowy okazał się wielkim, masowym świętem młodości, wolności, radości i swawoli. I Festiwal Jazzowy w Sopocie był dla młodych Polaków lat 50. tym, czym dla Amerykanów lat 60. Woodstock czy dla Polaków lat 80. Jarocin. Do Sopotu zjechało wtedy między 20 a 30 tysiącami młodzieży.

W dniach 6 do 12 VIII Sopot przypominał wielkie obozowisko. Fani nocowali na trawnikach, w parkach, w koszach kąpielowych na plaży. Tłumy ludzi krążyły po deptaku Monte Cassino, gdzie odbył się inauguracyjny przemarsz „nowoorleański” muzyków i całej rzeszy zwolenników (...). Idący na czele pochodu jazzmani (...) grali Świętych, czyli *Oh, When the Saints Go Marchin' In*. Wraz z nimi szli aktorzy teatrzyku Bim-Bom. Niesiono transparenty jak na pochodzie 1-Majo-

<sup>423</sup> Patrz: *I Ogólnopolski Festiwal Muzyki Jazzowej Sopot, 6-12 sierpnia 1956*, Album MP3, Polskie Nagrania, 2006.

<sup>424</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 179.

wym, ale zamiast napisów Stalin-Bierut-Rokossowski można było na nich przeczytać: Melomani albo Wichary. Członkowie Sekstetu Komeddy nieśli „trumnę” – czarne pudło od wibrafonu z napisem Mambo Italiano i Wiśniowy sad – symboliczny pogrzeb szlagierów dominujących wtedy w Polskim Radiu. Muzycy byli przepasani szarfami na wzór przodowników pracy socjalistycznej, ale zamiast liczb: 110% normy czy 115% normy widniał napis *Jazz Festival*. Wszystkie te aluzje były na tyle czytelne, że władze zaniepokoiły się, a pretekstu do ataków dostarczyli sami uczestnicy, niosący na końcu pochodu cztery tablice z literami D, U, P i A<sup>425</sup>.

Te wydarzenia prasa, którą również dotykały pewne symptomy poluzowania rygorów partyjnej propagandy, mimo wszystko opisała tak:

Że zamiast transparentu czterech rozbudowanych wyrostków niosło cztery wymowne litery, że podochocone dziewczęta... rozebrane... odstawiały coś w rodzaju tańca, że zaczesani na kretynów młodzieńcy podrygiwali w takt samby – to detale. Zastanawiające jest samo zjawisko jako takie. Obcisłe „dundry” [dżinsy], koszule na wierzch, kretyńskie grzywki chłopców... Swetry z dekoltem à la Sophia Loren... rozczochrane kosmyki i wyraz zblazowania na gamoniowatych twarzach... Jeśli odwilż ma być taka, to już chyba lepszy trzydziestostopniowy mróz<sup>426</sup>.

Takie opinie o festiwalu w Sopocie nie były odosobnione. Całe wydarzenie obnażyło relacje panujące w polskim społeczeństwie oraz funkcję, jaką w ich budowaniu odgrywała amerykańska kultura, w tym wypadku jazz, ale także moda, styl bycia inspirowany rozmaitymi tekstami kultury popularnej. Przeciwnicy tej kultury, dostrzegający w niej jedynie demoralizującą miałkość, reprezentowali system – w tym wypadku zarówno komunistyczne władze, jak i rodziców, starsze pokolenie, które nie zawsze potrafiło znaleźć zrozumienie dla zainteresowań dzieci. Przez młodych, co udowadnia Świda-Ziemia, rodzice byli klasyfikowani po tej samej stronie aparatu represyjnego co władza i nauczyciele<sup>427</sup>. Dla młodzieży

<sup>425</sup> *Ibidem*, s. 177.

<sup>426</sup> Tekst zamieszczony w „Dzienniku Bałtyckim”, cyt. za: M.A. Adamska, J. Polak, *op. cit.*, s. 95.

<sup>427</sup> H. Świda-Ziemia, *op. cit.*, s. 176-177.

natomiast amerykańska kultura, jazz, coraz popularniejszy już wtedy rock'n'roll, dzinsy, filmy dostarczyły narzędzi demonstrowania z jednej strony młodzieńczego buntu, z drugiej zaś sprzeciwu wobec systemu i szarej rzeczywistości. Dla młodych ludzi każdy system jest represyjny i każdy prowokuje, by go „rozwalić”.

Znamienne, że w powojennej rzeczywistości to właśnie amerykańska kultura dostarczała młodzieży narzędzi demonstracji buntu i kontestowania rzeczywistości w całej niemal Europie, bez względu na to, w jakim systemie politycznym młodzi ludzie wówczas żyli. To właśnie teksty amerykańskiej kultury stały się dla nich ucieczką i podporą, narzędziem walki i przedmiotem przyjemności.

Dodatkowo obserwowano także, że młodzież, odpowiednio dobierając rozmaite formy amerykańskiej kultury popularnej, znaczyła swoją odrębność klasową w obrębie grupy rówieśniczej. Podobnie jak w Niemczech czy Wielkiej Brytanii jazz był muzyką słuchaną głównie przez młodzież z aspiracjami, studentów, młodych inteligentów, przede wszystkim z ośrodków miejskich. Młodzież robotnicza czy chłopska, choć mogła inspirować się wyglądem i modą bikiniarską, to jednak nie uznawała jazzu za swoją muzykę, szczególnie że w drugiej połowie lat 50. stawał się on coraz bardziej wyrafinowany. Uczestnicy sopockiego festiwalu jazzowego – młodzi krytyczni kontestatorzy, będący wielbicielami muzyki jazzowej – byli głównie studentami lub, rzadziej, uczniami liceów, techników. Ilu z nich było prawdziwymi miłośnikami tej muzyki, trudno stwierdzić, zapewne spora część przyjechała do Sopotu z powodu po prostu fajnego wydarzenia, atrakcji, może potencjalnej draki. Świda-Ziemia zauważa taką motywację u młodzieży z tego okresu, szczególnie tej młodszej, która bez szczególnej przyczyny umocowanej w poglądach czy przekonaniach brała udział w różnych wydarzeniach, na przykład manifestacjach czy protestach, tylko dla mocnych przeżyć, z ciekawości, dla dynamiki zdarzenia, które samo w sobie było atrakcyjne w świecie szarym i nieobfitującym w interesujące incydenty.

Po wciąż pełnych nadziei kolorowych wakacjach nadszedł październik i słynne wystąpienie towarzysza Władysława Gomułki, kandydata na I sekretarza PZPR. Gomułka „skrytykował w nim okres »błędów i wypaczeń«, »nierealne założenie Planu Sześcioletniego«, »kult jednostki«, brak partnerskich relacji z ZSRR. Nawet żądania protestujących w czerwcu 1956

roku robotników Poznania uznał za uzasadnione"<sup>428</sup>. Jednak prócz krytyki Gomułka przedstawił również pewną wizję, plan na przyszłość, w której kluczową rolę miała odegrać PZPR, a wszelkie działania organizacji społecznych, instytucji edukacyjnych i kulturalnych winny być podporządkowane linii ideologicznej i programowej wyznaczonej przez partię. Także młodzież, choć widziana przez towarzysza Wiesława jako lider zmian, miała się podporządkować partyjnemu przywództwu. Jak bowiem pisze Świda-Ziemba: „podstawowym dogmatem Gomułki była onnipotentna władza »Partii«, a w ramach partii posłuszeństwo centrum”<sup>429</sup>.

Przemówienie to zaniepokoiło społeczeństwo, lecz jeszcze nie pozbawiło nadziei na zmiany. I rzeczywiście, decyzje podjęte przez nowe władze mogły napawać optymizmem: uwolnienie kardynała Wyszyńskiego, zgoda na reaktywowanie „Tygodnika Powszechnego” i powstanie czasopisma katolickiego „Znak”, zezwolenie na odwiedzin rodzin zamieszkujących w Europie Zachodniej czy Stanach Zjednoczonych.

Jednak już działania władz podjęte na początku 1957 roku pozbawiały Polaków złudzeń co do trwałej odmiany. Młodzi ludzie działający w wielu organizacjach niezależnych wiosną 1957 roku zostali postawieni przed wyborem: „albo akces do nowej organizacji masowej – Związku Młodzieży Socjalistycznej (...), albo zakończenie działalności politycznej”.<sup>430</sup> Zamknięcie pisma „Po Prostu”, a następnie stłumienie przez milicję obywatelską protestów przeciwko zamknięciu periodyku zakończyły okres „odwilży”. Jednak

Polski Październik – jak każdy bunt społeczny – miał kilka wymiarów. Z punktu widzenia Moskwy był pierwszą po II wojnie światowej znaczącą próbą wyrwania się Polski spod skrzydeł Wielkiego Brata. Próbą, którą postanowiono w pierwszej chwili zdławić za pomocą czołgów, ostatecznie jednak wstrzymano ich marsz, godząc się na eksperyment w postaci oddania władzy w ręce Władysława Gomułki. (...) Bez porównania ważniejsza była wymuszona wówczas przez masowy ruch społeczny ewolucja systemu politycznego, za sprawą której o ustroju PRL zaczęto mówić jako o „totalitaryzmie z powybijanymi zębami”<sup>431</sup>.

<sup>428</sup> K. Kosiński, *Oficjalne i prywatne życie młodzieży w czasach PRL*, Rosner & Wspólnicy, Warszawa 2006, s. 40.

<sup>429</sup> H. Świda-Ziemba, *op. cit.*, s. 315.

<sup>430</sup> K. Kosiński, *op. cit.*, s. 40-41.

<sup>431</sup> A. Dudek, *PRL bez makijazu*, Znak, Kraków 2008, s. 66.

Zmiany, które ten okres przyniósł, a nade wszystko emocje społeczne, które się w nim objawiły, sprawiły, że władza miała świadomość niektórych niebezpieczeństw i wyciągnęła z tych obserwacji odpowiednie wnioski.

## 5. MAŁA „WENTYLLOWANA” STABILIZACJA – AMERYKAŃSKA KULTURA NA USŁUGACH WŁADZY

Zmiany polityczne w Europie Wschodniej zainspirowały Stany Zjednoczone do poszukiwania nowych formuł politycznych wobec tego regionu. Zastosowano politykę różnicowania (*differentiation policy*), która uzależniała zaangażowanie się USA w normalizację stosunków z danym państwem regionu od „oceny stopnia zależności od ZSRR”<sup>432</sup>. Polska w tej ocenie wypadła bardzo dobrze, uznano, że rząd Gomułki dokonał pożądanых przekształceń uniezależniających Polskę od Moskwy, dlatego rozpoczęto współpracę gospodarczą i kulturalną. Skala tej współpracy nie była duża, choć największa z tych nawiązanych z innymi państwami Europy Wschodniej. Prezydent John F. Kennedy w swoich przemówieniach powracał do idei wspierania Polaków w walce z komunizmem, ponieważ jak uzasadniał: „Polacy nie są komunistami z wyboru, lecz przez trudne okoliczności, które zostały im narzucone”<sup>433</sup>. Kennedy był w Polsce bardzo lubiany i nawet reżimowa prasa przedstawiała go jako dobrego, przychylnego Polsce prezydenta, który jednak musi zmagać się ze złymi siłami konserwatywnej Ameryki<sup>434</sup>. Po śmierci Kennedy’ego prezydent Lyndon B. Johnson ustanowił nową strategię polityczną, tzw. budowania mostów (*brigde building*), która zaktywizowała działania dyplomatyczne wobec Polski.

<sup>432</sup> A. Mania, *Bridge building...*, s. 18-19.

<sup>433</sup> Cyt. za: *ibidem*, s. 98.

<sup>434</sup> Wnioski przedstawione w dwóch referatach wygłoszonych na konferencji „Deconstructing The Kennedy mystique: JFK as a cultural phenomenon”, zorganizowanej przez Ośrodek Studiów Amerykanistycznych UW w dniach 28-29 marca 2014 roku: P. Szyja, *Looking through the Eyes of Enemies: the Picture of JFK in Communist Propaganda*; J. Szymkowska-Bartyzel, *Good Guy among Bad Americans – the Image of JFK Presidency in „Przekrój” – 1960-1964*.

Za prezydentury Kennedy’ego i Johnsona doszło do wymiany kadry naukowej, wymiany kulturalnej, a także podpisania porozumień handlowych. Najważniejszym bodaj elementem polityki Stanów Zjednoczonych wobec Polski i innych krajów Europy Wschodniej było prowadzenie jej niejako dwoma torami; inaczej postępowano wobec rządów, a inaczej traktowano społeczeństwa tych krajów<sup>435</sup>. Tym samym Stany Zjednoczone określiły swoje stanowisko jako sprzymierzeńca zwykłych ludzi żyjących w totalitaryzmie i jednocześnie swego rodzaju kontrolera poczynań władz reżimowych. Dzięki temu postrzeganie Ameryki i Amerykanów w Polsce było niezwykle pozytywne, o czym świadczyć może entuzjastyczne przyjęcie Roberta Kennedy’ego podczas jego prywatnej wizyty w Warszawie w 1964 roku, które stało się mimo woli manifestacją polityczną, deklaracją sympatii Polaków dla Ameryki i amerykańskiej demokracji.

Gomułka, przejmując rządy w kraju, miał świadomość aspiracji obywatelskich Polaków. Doświadczenia z odwilży pokazały dokładnie nie tylko oczekiwania Polaków, ale też potencjał tkwiący w społeczeństwie, szczególnie w ludziach młodych, którzy z właściwą sobie niepokorą potencjalnie mogli rozsądzić system od środka. Dlatego wprowadzał swój zinstytucjonalizowany totalitaryzm etapami, pozostawiając tzw. wentyle bezpieczeństwa rozumiane w teorii konflikt społecznego jako instytucjonalne środki rozwiązywania konfliktów bez konieczności zmiany *status quo* grupy rządzącej. Zapewnia je przeniesienie negatywnych emocji i społecznego niezadowolenia z jakiejś grupy czy zjawiska na siebie lub pozostawienie pewnych obszarów swobody, obszarów, w których aktywność obywateli nie zagraża rządzącym.

Jak zauważa Krzysztof Kosiński, istotną zmianą po Październiku było

rozdzielenie sfery życia publicznego (oficjalnego) i prywatnego. O ile postawy antysystemowe były nadal zwalczane, o tyle postawy asystemowe – tolerowane. Mała stabilizacja poległa właśnie na tym, że w zamian za ogólną (rytualną) akceptację reguł systemowych można się było wycofać w sferę prywatności. Co więcej, stopniowo zaczął się zaznaczać proces przenikania obyczajów, mód, sposobów spędzania wolnego czasu, rozrywki – charakterystycznych dla sfery prywatności – w przestrzeń publiczną (oficjalną)<sup>436</sup>.

<sup>435</sup> A. Mania, *Bridge building...*, s. 19.

<sup>436</sup> K. Kosiński, *op. cit.*, s. 40.

Wentyle bezpieczeństwa w czasach „małej stabilizacji”, choć stopniowo ograniczane, najdłużej pozostały otwarte w sferze obyczajów, prywatnych i towarzyskich aktywności obywateli oraz w kulturze i nauce.

Mimo stosunkowo szybkiego odejścia od szeregu zdobyczy Października, właśnie na polu kultury (...) udało się wiele zachować. Nadal odbywały się coroczne festiwale jazzowe Jazz Jamboree, każdego roku publiczność kinowa Warszawy mogła w ramach „konfrontacji filmowych” obejrzeć najlepsze, a nierzadko (...) najgłośniejsze i najbardziej kasowe filmy świata. (...) Szybko przyswajano sobie zachodnią modę. Polskie dziewczyny robiły wszystko, aby strojem nie różnić się od paryżanek, a zwłaszcza mieszkanek Londynu, który właśnie w połowie lat sześćdziesiątych stał się stolicą mody młodzieżowej (...). Zwłaszcza latem dominowały kolory żywe i jaskrawe oraz oryginalne wzory – echo modnego wówczas pop-artu. Na prywatkach bawiono się najchętniej przy dźwiękach anglojęzycznej muzyki pop, zwłaszcza Beatlesów, którzy jednak w Polsce nigdy nie wystąpili. Natomiast na dwa koncerty w Warszawie przyjechali ich najwięksi rywale na rynku muzyki młodzieżowej, The Rolling Stones<sup>437</sup>.

Cezary Prasek tak wspomina ten okres: „Ludzie nie musieli już w kółko śpiewać pieśni masowych, słuchać przez radio występów orkiestry mandolinistów Edwarda Ciukszy czy zespołu harmonistów Feliksa Dzierżonowskiego, czytać wierszy sławiących Stalina czy oglądać głównie filmów radzieckich”<sup>438</sup>.

Częściowe otwarcie granic i kontrolowane otwarcie na kulturę zachodnią sprawiły, że ludzie wciąż pamiętający niedawny terror poczuli dopływ świeżego powietrza. Warto jednak mieć świadomość, że wszystkie te ustępstwa były częścią tzw. polityki kulturalnej państwa, w której to władza pod ideologicznym przewodnictwem partii była inspiratorem, twórcą i nadawcą tekstów kultury. Władza też знаła najlepiej potrzeby społeczeństwa, które staje się w tym układzie jedynie biernym odbiorcą tej kultury. Rola twórców czy oddolna, kreatywna działalność obywateli w zakresie kultury była, pomimo istniejących zapisów w Konstytucji PRL, mocno ograniczana przy pomocy instrumentów represyjnych, przede

<sup>437</sup> J. Eisler, *Marzec 1968. Geneza, przebieg, konsekwencje*, PWN, Warszawa 1991, s. 84.

<sup>438</sup> C. Prasek, *Złota młodzież PRL i jej obraz w literaturze i filmie*, Bellona, Warszawa



wszystkim cenzury, ale także odpowiednich środków prawnych czy ekonomicznych.

Kluczowe dla władz było „umacnianie socjalistycznej tożsamości kultury”<sup>439</sup>, co oznaczało, że nadal bardzo starannie przyglądano się elementom obcym kulturowo, a tymi były przede wszystkim teksty kultury zachodniej. Kultura zachodnia, w tym amerykańska, była przez władze reglamentowana, a dopuszczane na rynek polski jej wyselekcjonowane formy traktowane były jako wentyle bezpieczeństwa, które zaspokajały częściowo potrzeby społeczeństwa, dawały mu pozorne poczucie, że Polska nie odstaje od głównego nurtu wydarzeń i zjawisk kulturalnych, a przez to rozładowywać miały ewentualne napięcia społeczne skierowane przeciw władzy.

Jednocześnie zachodnia kultura popularna stała się obiektem zainteresowania ideologów socjalistycznych w Polsce, którzy dostrzegli konieczność przeciwstawienia jej „czegoś, co nazwano *socjalistyczną kulturą masową*”<sup>440</sup>. Pisali o tym Stefan Żółkiewski, Antonina Kłoskowska czy Jerzy Kossak, żeby wymienić najważniejszych, postulując, aby socjalistyczna kultura masowa była edukująca, ambitna, aby odwoływała się do polskich tradycji, a zachodnią kulturę masową, trywialną i skomercjalizowaną, traktowano jako antyprzykład. Amerykańska kultura popularna była w większości takim antywzorem, lecz starano się znaleźć w niej również produkcje cenne i niezagrażające społeczeństwu socjalistycznemu. Tak więc w tym bardzo ograniczonym zakresie kultura amerykańska została odczarowana ze złych mocy deprawacji i ogłupiania i docierała do Polaków w tej bardziej wartościowej wersji. Wartościowania dokonywano bardzo arbitralnie, biorąc pod uwagę przede wszystkim wymowę ideologiczną określonych tekstów kulturowych.

Przykładem potwierdzającym tę tezę jest z całą pewnością dobór amerykańskiej literatury, której przekłady były od 1956 roku wydawane w stosunkowo dużych ilościach. Szczególnie popularnym pisarzem był Ernest Hemingway, którego *Pożegnanie z bronią* (1929, wyd. pol. 1931)

<sup>439</sup> J. Skrzypiec, *Polityka kulturalna Polski Ludowej. Osiągnięcia, słabości, problemy*, Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, Warszawa 1985, s. 24. *Historia, Współczesność, Ludzie*.

<sup>440</sup> E. Krasucki, *Co towarzysz Wiesław wiedział o bigbiecie?*, [w:] *Kultura popularna w Polsce...*, s. 56.

zostało opublikowane w Polsce jeszcze przed wojną. Efektem październikowego otwarcia było wydanie debiutanckiej powieści autora *Słońce też wschodzi* (1926, wyd. pol. 1958), jak również powieści *Komu bije dzwon* (1940, wyd. pol. 1957), *Zielone wzgórza Afryki* (1935, wyd. pol. 1959), *Śniegi Kilimandżaro* (1936, wyd. pol. 1956). W drugiej połowie lat 50. wydano też kluczowe powieści Williama Faulknera: *Azyl* (1931, wyd. pol. 1957), *Światłość w sierpniu* (1932, wyd. pol. 1959) oraz *Absalomie! Absalomie!* (1936, wyd. pol. 1959). Wznowiono wydawanych już wcześniej amerykańskich klasyków, Jamesa Fenimore'a Coopera czy Marka Twaina. „Jan Błoński postrzegał to wejście amerykańskich autorów na rynek Polski jako »inwazję Amerykanów«”<sup>441</sup>.

Rzeczywiście, wykorzystano polityczne wietrzenie kraju i wydano wielu amerykańskich autorów, którzy byli wśród polskich czytelników bardzo popularni i zachłannie czytani, przy czym warto tu zauważyć, że wielu z tych autorów było albo sympatykami komunizmu, albo przedstawiało w swoich utworach bardzo krytyczny obraz Stanów Zjednoczonych i amerykańskiego społeczeństwa, pokazując biedę i niesprawiedliwość społeczną, rozprawiając się z amerykańską mitologią i fasadowym charakterem amerykańskiej demokracji czy hipokryzją amerykańskiej klasy rządzącej, co w naturalny sposób służyło komunistycznej propagandzie. Niezaprzeczalnym faktem jest jednak zdecydowana zmiana kierunku polityki wydawniczej w obszarze literatury amerykańskiej. O ile w czasach stalinowskich wydawano takich Amerykanów, jak na przykład znany ze swoich komunistycznych poglądów Howard Fast<sup>442</sup>, to w kwestii wyżej wymienionych zdecydowanie zmieniono zdanie.

Pisząc o stosunku Polaków do Amerykanów, mógłbym bez trudu znaleźć cytaty naszych krytyków marksistowskich mówiących o nędznej i rozkładowej literaturze amerykańskiej; i skonfrontować je z tym, co

<sup>441</sup> F. Lyra, *Effects of Americanization on Literature*, [w:] *Is Poland Being Americanized? Proceedings from the Conference Organized by the American Studies Center of Warsaw University and the Polish-US Fulbright Commission, Warsaw, June 13-14, 1997*, ed. C. Dominik, ASC WU, Warsaw 1998, s. 30, *Rozprawy i Materiały Ośrodka Studiów Amerykańskich Uniwersytetu Warszawskiego*, 3.

<sup>442</sup> Zadziwiająca jest wydajność i konsekwencja stalinowskiego aparatu w publikowaniu tego autora: *Bitwa pod Valley Forge* (1939, wyd. pol. 1949), *Ostatnia granica* (1941, wyd. pol. 1950), *Niezwytyczony* (1942, wyd. pol. 1949), *Obywatel Tom Paine* (1943, wyd. pol. 1948), *Droga do wolności* (1944, wyd. pol. 1949), *Amerikanin* (1947, wyd. pol. 1948), *The Children* (1948), *Dumni i wolni* (1950, wyd. pol. 1952).

pisali w parę lat później, kiedy zapoznali się już z tą literaturą. Odkryto wtedy, że Faulkner nie jest zboczeńcem i sadystą, a wielkim chrześcijaninem i komentatorem Biblii; Hemingway przestał być podżegaczem wojennym, a stał się ostatnim wielkim romantykiem; Steinbeck skończył z pornografią, a stał się wielkim pisarzem obyczajowym; i tak dalej<sup>443</sup>.

Ta diametralna zmiana w postrzeganiu, a w konsekwencji i traktowaniu amerykańskich autorów zaowocowała też wpływem amerykańskich twórców na polskich młodych prozaików, którzy jak twierdzi Hłasko „zaczęli pisać jak Papa Hemingway”<sup>444</sup>.

#### 5.1. AMERYKAŃSKI FILM NA GOMUŁKOWSKIEJ SŁUŻBIE

W końcu października 1956 roku odwiedziła Warszawę delegacja amerykańskiego Zjednoczenia Producentów Filmowych (Motion Picture Association of America – MPAA). Prezes MPAA Eric Johnston spotkał się z prezesem Centralnego Urzędu Kinematografii Leonardem Borkowiczem. Ustalono, że Polska zakupi filmy

produkcji dziesięciu największych koncernów amerykańskich, które podajemy alfabetycznie: Allied Artists, Columbia Pictures Corporation, Metro Goldwyn Mayer Pictures, Paramount Pictures Inc., Twentieth Century Fox, United Artists, Universal International, Warner Brothers, RKO-Radio, Republic Pictures Co. – wchodzących w skład MPAA. Należy się spodziewać, że pierwsze filmy amerykańskie przyjdą do nas w pierwszym półroczu następnego roku. Jak się dowiadujemy, amerykańskie wytwórnie stawiają nam do dyspozycji swą produkcję z ostatnich lat, z której będziemy mogli dokonać wyboru filmów w ilości przewidzianej umową<sup>445</sup>.

W maju 1957 roku w „Filmowym Serwisie Prasowym” pojawiła się zapowiedź filmu *Marty* w reżyserii Delberta Manna, znów bardzo skromnego, czarno-białego obrazu inspirowanego estetyką włoskiego neorealizmu i zaliczanego do tzw. *small films*, nagrodzonego przez Amerykańską Akademię Filmową aż czterema Oscarami. Opisowi filmu towarzyszyła

<sup>443</sup> M. Hłasko, *op. cit.*, s. 89.

<sup>444</sup> *Ibidem*, s. 91.

<sup>445</sup> „Filmowy Serwis Prasowy” 1956, nr 23/24, s. 31.

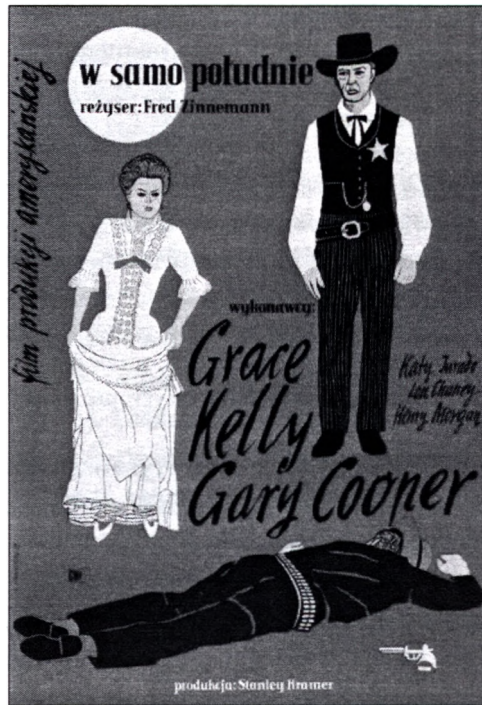
krótka reklama-zapowiedź: „Pierwszy nowy film amerykański na naszych ekranach!”<sup>446</sup>.

Jednak amerykańskich filmów nie zakupiono zbyt wielu, bo pokazywano ich zaledwie kilka rocznie. W repertuarach kin dominowały kine-matografie krajów socjalistycznych, z radzieckimi produkcjami na czele – pokazywano też sporo filmów czechosłowackich, węgierskich, rumuńskich. Z zachodnich produkcji najczęściej prezentowane były obrazy francuskie, włoskie i brytyjskie, choć zdarzały się również filmy szwedzkie czy duńskie. Proporcjonalnie dużo prezentowano polskim widzom filmów meksykańskich, ale były też filmy o znacznie bardziej egzotycznym rodowodzie – japońskie czy indyjskie. Ze spisu „Filmowego Serwisu Prasowego” wynika, że w latach 1955-1957 na jego łamach omówiono zaledwie sześć amerykańskich filmów – poza tymi wspomnianymi wyżej była to *Bosonoga Contessa* w reżyserii Josepha Mankiewicza z Avą Gardner i Humphreym Bogartem, *Człowiek w żelaznej masce* (1938) w reżyserii Jamesa Whale’a oraz dwa westerny: *Ostatnia walka Apacza* (1954) Roberta Aldricha oraz *Indiański wojownik* (1955) wyreżyserowany przez André De Totha. Do końca lat 50. polscy widzowie zobaczyli między innymi jeszcze takie filmy, jak *Kobieta w oknie* (1944) Fritza Langa, *Rzymskie wakacje* (1953) Williama Wylera, *Intruz* (1946) i *Otello* (1952), oba wyreżyserowane przez Orsona Wellesa, dwa filmy Alfreda Hitchcocka – *Rebeka* (1940) i *Akt oskarżenia* (1947), oraz znów kilka westernów – wybitnych, jak *W samo południe* (1952) Freda Zinnemanna, który wszedł na polskie ekrany w 1959 roku, dwa filmy Anthony’ego Manna: *Winchester '73* (1950) oraz *Mściciel z Larame* (1955), a także mniej wybitny *Traper z Kentucky* (1955) wyreżyserowany przez Burta Lancastera, który wystąpił też w roli głównej.

Westerny będą miały zdecydowaną gatunkową przewagę wśród wszystkich filmów amerykańskich oglądanych przez Polaków w czasach Polski Ludowej. Był to bowiem gatunek „uważany przez władze jako odpowiedni i bezpieczny dla emocji społeczeństwa”. Był też uznany za „ideologicznie poprawny”, ponieważ „pokazywał związek między jednostką a społeczeństwem oraz konflikty pomiędzy racjami bohaterów i społeczności”<sup>447</sup>. Dlatego też western nadawał się idealnie do wypełniania funk-

<sup>446</sup> „Filmowy Serwis Prasowy” 1957, nr 9.

<sup>447</sup> A. Gadońska, *Distribution of American Films in Poland*, [w:] *Is Poland Being Americanized?...*, s. 18.



10. Polacy uwielbiali westerny. Pierwszy polski plakat do filmu *W samo południe* w reżyserii Freda Zinnemanna

cji wentyla bezpieczeństwa, był atrakcyjną opowieścią, dość egzotyczną w warstwie wizualnej, a przy tym neutralną ideologicznie, nieodnoszącą się w żaden sposób, przynajmniej według komunistycznych władz, do sytuacji politycznej.

Poza tym western, choć oryginalnie opowiada historię osadzoną w amerykańskiej rzeczywistości geograficznej i historycznej, jest popularny na całym świecie. Historie dziejące się na Dzikim Zachodzie były bardzo atrakcyjne zarówno dla widzów, jak i dla wielu twórców we Włoszech (*spaghetti western*), w krajach obozu socjalistycznego, NRD czy Jugosławii (*easterny*), a także w takich dalekich i odmiennych kulturowo krajach, jak Japonia, Tajlandia czy Chiny. Westerny stały się historiami globalnymi i uniwersalnymi.

Cynthia J. Miller i A. Bowdoin Van Riper we wstępie do niedawno opublikowanej książki *International Westerns. Re-Locating the Frontier* uzasadniają popularność westernów uniwersalnym charakterem bohaterów, którzy wypełniają pewne społeczne funkcje potrzebne w każdym społeczeństwie, nie tylko w dziewiętnastowiecznej Ameryce:

Ikony i tematy klasycznego amerykańskiego westernu przynależą do pewnego konkretnego momentu w amerykańskiej historii i poruszają sprawy i problemy, które w tamtym momencie definiowały naród i jego kulturę. Sprawy te (...) jednakże nie dotyczą wyłącznie Stanów Zjednoczonych. Bohaterowie tradycyjnego Zachodu długo byli postrzegani jako strażnicy cywilizowanego świata – ponoszący odpowiedzialność za strzeżenie granicy między porządkiem a chaosem, cywilizacją i barbarzyństwem. (...). Byli przedstawicielami moralnego porządku i ikonami narodowej tożsamości. Ta wizja amerykańskiego Zachodu, uwieczniona, promowana i propagowana w niezliczonych kinowych opowieściach, zawieszona była na pojęciu postępu oraz ideach i inwencjach służących projektowi tworzenia narodu<sup>448</sup>.

Poza egzotyczną amerykańską tematyką, z pogranicza bajki, westerny niosły też wizję uporządkowanego świata, w którym dobro i sprawiedliwość zawsze zwycięża, a bohater to niezwykle męski twardziel, który nie ma wątpliwości, co jest dobre, a co złe, i który szybko i skutecznie ze złem sobie radzi. Ta wizja świata i ten bohater w Polsce opanowanej przez *bad guys* były bardzo pożądane, dawały nadzieję i niewątpliwie wbrew przekonaniu władz western ze względu na swoją jednoznaczną ikonografię, esencjonalną amerykańskość był w czasach reżimu ideologicznie nośny, a nawet perswazyjny. To nie przez przypadek Tomasz Sarnecki w swoim słynnym plakacie zachęającym do głosowania na „Solidarność” w pierwszych wolnych wyborach 4 czerwca 1989 roku wykorzystał postać Gary’ego Coopera ze wspomnianego filmu *W samo południe*, który symbolicznie przeprowadził Polaków w inną rzeczywistość.

Nie dziwią w tych okolicznościach wspomnienia Marka Hłaski dotyczące euforycznego przyjęcia westernów przez warszawiaków:

Przez wiele lat nie wyświetlano w Polsce filmów amerykańskich; wreszcie w roku 1957 zakupiono film pod tytułem *Ostatnia walka Apacha*. Apachem był złotowłosy i błękitnooki Burt Lancaster. Premiera filmu zbiegła się dziwną rzeczą kolejną z innym wydarzeniem: oto po dwudziestu latach puszczano w przestworza balon „Gwiazda Polski II”. Tysiące ludzi czekających przed kinem nie patrzyło nawet na balon, który wreszcie puszczano; wszyscy chcieli dostać się na Lancastera<sup>449</sup>.

<sup>448</sup> C.J. Miller, A.B. Van Riper, *Introduction*, [w:] *International Westerns. Re-Locating the Frontier*, eds. iidem, Scarecrow Press, Lanham 2014, s. XII.

<sup>449</sup> M. Hłasko, *op. cit.*, s. 83.

Polskie spotkanie z westernem to nie tylko kino, ale wkrótce również telewizja, w której westerny – czy to w formie serialu, jak kultowa *Bonanza*, czy też jako pełnometrażowe filmy – były stosunkowo często prezentowane, zawsze stanowiąc dla widzów dużą atrakcję.

Warto wspomnieć, że sami Polacy zmierzali się z tym gatunkiem, za pożyczając z westernu typy postaci i rozwiązania fabularne, a wydarzenia lokowali w polskich realiach. Polskim Dzikim Zachodem były albo Bieszczady, jak w pierwszym polskim westernie *Rancho-Texas* (1958) w reżyserii Wadima Berstowskiego czy *Wilczych echach* (1968) Aleksandra Ścibora-Rylskiego, albo ziemie odzyskane, jak w filmie Edwarda Skórczewskiego i Jerzego Hoffmana *Prawo i pięść* (1964). Ciekawym przypadkiem wykorzystania formuły westernu jest twórczość śląskiego filmowca amatora Józefa Kłyka, twórcy tzw. śląskiego westernu, który używa formy fabularnej tego gatunku do snucia opowieści o historii Śląska i śląskiej emigracji do Teksasu, tworząc niezwykle opowieści służące z jednej strony zachowaniu pamięci historycznej, z drugiej zaś zaktywizowaniu lokalnej społeczności poprzez udział w procesie twórczym<sup>450</sup>.

Wśród wielu tekstów amerykańskiej kultury popularnej western jest jedną z jej bardziej oczywistych form, spełniającą również funkcję mitotwórczą, sam zresztą będąc formą współczesnego mitu. Dzięki prostocie formy z jednej strony, a uniwersalnej treści – walka dobra ze złem – z drugiej nadaje się idealnie do tego, by odbiorcy wypełniali go swoimi emocjami i wyobrażeniami, dokonując niejednokrotnie niezwykle odniesień do rozmaitych sytuacji społecznych czy politycznych. Z drugiej zaś strony westerny pozostają tekstami na wskroś amerykańskimi; nawet jeśli osadzone są w innych rzeczywistościach kulturowych czy geograficznych, stają się nosicielami amerykańskości, swoistej amerykańskiej egzotyki, silnie podbudowanej mitologią amerykańskiego pogranicza, opartej na ideach indywidualizmu i walki człowieka z naturą.

<sup>450</sup> Więcej o działalności Józefa Kłyka i jego spotkaniu z kulturą amerykańską w: W. Szwiec, *Filmowe południe. Kino amatorskie na Górnym Śląsku*, Wydawnictwo Miejskiej Biblioteki Publicznej, Mikołów 2012; J. Szymkowska-Bartyzel, *Między Śląskiem a Teksasem – śląskie westerny Józefa Kłyka jako przykład pamięci protetycznej*, „Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny” 2015, z. 1.

## 5.2. DŻINSY, BUNT I IDEOLOGIA

Western jest również, przynajmniej w części, odpowiedzialny za kolejny tekst amerykańskiej kultury, który właśnie w drugiej połowie lat 50. zaczął być przez Polaków zachłannie konsumowany, mimo trudności w zaopatrzeniu i zaporowych cen. Dżinsy, mające bezsprzecznie amerykańskie pochodzenie, zaczęły robić karierę w Polsce właśnie w drugiej połowie lat 50. Anna Pelka pisze: „Wyświetlane w polskich kinach westerny stały się hitem tej dekady i mocno spopularyzowały modę na »blue jeans«”<sup>451</sup>. W rzeczy samej dżinsy wydają się jedną z najsilniej nasyconych semantycznie części garderoby. Mimo że ich znaczenie ewaluowało, zmieniał się ich status użytkowy, to pozostały synonimem Ameryki. Z jednej strony dlatego, że stamtąd właśnie pochodzą, z drugiej zaś dlatego, że jako ubranie reprezentują podobne wartości jak te propagowane przez amerykańską kulturę – są z natury swej demokratyczne, noszone zarówno przez zamożnych menedżerów, jak i robotników, starszych i młodszych, kobiety i mężczyzn. Zapewniają wolność – swobodę ruchów, nonszalancję i nieograniczoną wręcz praktyczność.

Dżinsy pojawiły się w połowie XIX wieku w Kalifornii podczas gorączki złota jako bardzo użyteczne ubranie robocze – mocne i wytrzymałe. Szyto je z mocnej barwionej bawełny, miały szelki, wiele kieszeni i przypominały dzisiejsze farmerki. Dzięki kulturze popularnej, właśnie wspomnianym wyżej westernom oraz postaciom filmowych buntowników, jak James Dean czy Marlon Brando, dżinsy stały się dla młodzieży kultowym elementem ubrania. Postać Jamesa Deana, a szczególnie jego *outfit* noszony w filmie *Buntownik bez powodu* wydaje się kluczowy w spopularyzowaniu dżinsów, nadaniu im dodatkowych znaczeń. Na pewno dla młodych Niemców, Anglików i Francuzów, którzy również pokochali dżinsy mniej więcej w tym samym czasie, bezpośrednią inspiracją był film Nicholasa Raya. Mnóstwo „deanopodobnych” chłopców ubranych w dżinsy, biały podkoszulek i skórzaną krótką kurtkę pojawiło się wtedy na ulicach miast europejskich. W Polsce Ludowej jednak ten film nie był pokazywany. Zakazano jego dystrybucji we wszystkich państwach socjalistycznych. Wszedł na ekrany polskich kin z piętnastoletnim opóźnieniem, w roku

---

<sup>451</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 17.



1970. W recenzji zamieszczonej w „Filmowym Serwisie Prasowym” czytamy, że film „powstał przed 15 laty i był jednym z pierwszych filmów tego rodzaju, wówczas szeroko dyskutowany, tętniący krwią aktualności (...) dzisiaj ma już charakter dokumentu, który studiuje się z zainteresowaniem, ale chłodnym dystansem”<sup>452</sup>.

Ponieważ zbuntowany James Dean nie został polskiej młodzieży przedstawiony na czas, jego funkcję w drugiej połowie lat 50. wypełnił Zbigniew Cybulski, obwołany polskim Deanem i idolem młodych Polaków.

Cybulski, tak jak Dean, przeniósł na ekran swój, bardzo zresztą podobny, styl bycia i przede wszystkim ubioru – dzinsy, koszulka trykotowa, kurtka wiatrówka, trampki, a nawet ciemne okulary, choć w przeciwieństwie do Deana, Cybulski rzadko się ze swoimi rozstawał (...). Strój aktora, niemal we wszystkich filmach identyczny, wkrótce stał się modnym stylem à la Cybulski. Młodzież go naśladowała, choć jak wspomina kolega ze studiów, Tadeusz Jurasz, „to było nie tylko naśladownictwo, zewnętrzna moda, lecz solidarna manifestacja z przywódcą pokolenia”. Dlatego też, „jak Polska długa i szeroka pojawiło się tysiące młodych »Cybulskich«; w ciemnych okularach, dzinsach, trampkach” – pisze Jurasz<sup>453</sup>.

Anna Pelka twierdzi, że podobnie jak inne części atrakcyjnej, zachodniej garderoby polska młodzież również dzinsy otrzymywała w paczkach od rodziny z zagranicy lub nabywała je na bazarach i nosiła, jak młodzież na Zachodzie, z podwiniętymi nogawkami i paskiem<sup>454</sup>. Oczywiście dzinsy musiały być oryginalne, amerykańskie, co więcej, użytkownicy stworzyli swoisty ranking dzinsów, wśród których najbardziej cenione były spodnie marki Lee. „W takich spodniach chodzili wówczas najwięksi koneserzy dzinsowego stylu, przedkładając je nad Levisy, nie mówiąc już o Wranglerach czy, uchoвай Boże, jakichś tam prostackich Rifle’ach”<sup>455</sup>. Zapewne wielu z nas wciąż pamięta swoje pierwsze dzinsy. Dla wielu młodych Polaków żyjących w czasach Polski Ludowej były one niezbędnym

<sup>452</sup> „Filmowy Serwis Prasowy” 1970, nr 6, s. 37.

<sup>453</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 45.

<sup>454</sup> *Ibidem*, s. 46.

<sup>455</sup> M. Buchowski, *Stachura. Biografia i legenda*, Opole 1993, s. 214-215, cyt. za: A. Pelka, *op. cit.*, s. 62.

elementem rytuału przejścia z wieku szczenięcego w dorosłość. Nadawały pewności siebie, gwarantowały powodzenie u płci przeciwnej, ale nade wszystko przełamywały pewien dogmat tego, co powszechnie uważano za dobry gust, dzinsy bardziej niż antykomunistyczne były antymieszczańskie i dzięki temu idealnie znaczyły młodzieńczą odmiennność.

Dzinsy promowała słynna projektantka, absolutne modowe guru Polski Ludowej – Barbara Hoff, sama zdeterminowana, aby różnymi sposobami wprowadzić odrobinę stylu i modowego polotu na polską ulicę. Już w 1958 roku pisała na łamach „Przekroju”, że dzinsy „są tanie, bardzo trwałe, stare i zmięte nie tracą szyku, wyglądają fasonowo”<sup>456</sup>. Polski przemysł odzieżowy zmierzył się z wyzwaniem gigantycznego popytu na dzinsową odzież i w lipcu 1964 roku zaczęto je szyc w nowo otwartych Zakładach Przemysłu Odzieżowego Odra w Szczecinie. Interes rozwijał się tak dobrze, że szwaczkom w Odrze płacono więcej niż stocznikom<sup>457</sup>.

Odra przez trzy dekady szła słynne spodnie z teksasu, czyli polskiej tkaniny arizona (bawełna ze sztucznym włóknem). Szła też dzinsowe bluzy, marynarki, kamizelki, z czasem spódnice, długie płaszcze. (...) Pod sklepami ustawiały się długie kolejki, niekiedy nawet z listami społecznymi. Wyroby z Odry zdobywały medale i nagrody na różnych targach. Z dzinsami opłacało się wyjeżdżać na zagraniczną wycieczkę, szczególnie do byłego ZSRR. Tam za dwie pary spodni można było dostać niezły aparat fotograficzny lub złoty pierścionek<sup>458</sup>.

Chociaż to wszystko prawda, to jednak prawdziwe poważanie miały wyłącznie spodnie oryginalne. Spodnie Odry wśród młodzieży uchodziły za obciachowe, choć z racji rzeczywiście bardzo wysokich kosztów związanych z zakupem oryginalnych – dzinsy kosztowały równowartość miesięcznego wynagrodzenia – wielu młodych ludzi zadowalało się erzacem ze Szczecina. O ambiwalentnym stosunku młodzieży niech świadczą znalezione w Internecie wspomnieniowe wpisy: „Spodnie Odra z polskiego teksasu były dla mnie powodem nie tylko do dumy, ale i zadumy. Zastana-

<sup>456</sup> B. Hoff, *Dzinsy – spodnie z epoki*, „Przekrój” 1958, nr 700, s. 17.

<sup>457</sup> Y. Husaim-Sobecka, K. Pohl, *Szczecińska Odra. Czar dzinsów z PRL-u*, Serwis „Głosu Szczecińskiego” GS24.pl, 3 IX 2012, [online] <http://www.gs24.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20120903/MAGAZYN01/373832877>, dostęp: 17 IV 2015.

<sup>458</sup> *Ibidem*.

wiałem się, jak to się dzieje, że moje teksasy się nie wycierają”<sup>459</sup>; „Jeansy z Odry można było tolerować w podstawówce, ale w średniej szkole już były obciachem”<sup>460</sup>.

Czy tylko zła jakość „teksasów” była powodem ich gorszego statusu? Na pewno był to powód ważny, choć nie jedyny. Dużo istotniejszy był ich brak autentyczności. Teksasy były jednak swego rodzaju „podróbą”, nieudolną kopią. Fakt, że się nie wycierały, miał znaczenie symboliczne. John Fiske, pisząc o symbolicznych znaczeniach dżinsów, podkreśla ich charakter wspólnotowy – wszyscy młodzi noszą dżinsy – ale także otwarcie na indywidualizm<sup>461</sup>. Wycieranie się dżinsów dawało im ten sznyt indywidualizmu. Poprzez zużycie ludzie zapisywali na spodniach swoje emocje, przeżycia, swoją historię i osobowość. Traciły ten atrybut, gdy nie można było na nich odcisnąć siebie, zindywidualizować ich, odpowiednio zróżnicować – uczynić ich takimi samymi i różnymi jednocześnie. Teksasy były pozbawione funkcji zapisu, pozostawały w gruncie rzeczy młodzieżowym uniformem. W tej potrzebie właścicieli dżinsów do odciskania na nich swoich indywidualnych cech dopatruje się Fiske przyczyn przerabiania dżinsów, ich umyślnego dziurawienia czy też ozdabiania rozmaitymi dekoracjami<sup>462</sup>. Autorka internetowego bloga o dżinsach pisze tak:

W PRL wszyscy marzyliśmy o dżinsach. To dżinsy były wyznacznikiem statusu. Kto miał – był tym lepszym. Gdy ktoś dostał, nawet takie za duże, to przerabiał na siebie, zwężając. Najtrudniej było zrobić ten podwójny szef. Gdy weszły do masowej produkcji Elpo lub Odra, czyli polskie dżinsy, szybko okazało się, że nie miały jednak tej jakości, co zagraniczne Levi's, Lee lub Wrangler. Że istnieją inne marki, w ogóle nie miałam pojęcia. Prawdziwe dżinsy, nowe ze sklepu, kupiłam sobie dopiero w latach 90-tych<sup>463</sup>.

Cytat ten zwraca uwagę na jeszcze jeden ważny aspekt posiadania dżinsów, a mianowicie że służyły one do znaczenia statusu społecznego.

<sup>459</sup> Cz. Meszyński, *Siemniężne lata 60.*, Latte24, 8 XII 2012, [online] <http://czarek.latte24.pl/10984,siemniężne-lata-60>, dostęp: 17 IV 2015.

<sup>460</sup> J. Kłak, *Upiory polskiej mody*, 31 X 2013, [online] <https://jacekklak.wordpress.com/2013/10/31/upiory-polskiej-mody/>, dostęp: 17 IV 2015.

<sup>461</sup> J. Fiske, *op. cit.*, s. 5.

<sup>462</sup> *Ibidem*, s. 9.

<sup>463</sup> M.K. Piekarska, *Mój mały PRL. W świecie absurdów*, 19 XI 2012, [online] <http://piekarska.blog.pl/?p=2687>, dostęp: 17 IV 2015.

Potwierdza tę tezę profesor Małgorzata Szpakowska w programie Jerzego Sosnowskiego *Wehikuł czasu* w radiowej Trójce: „Dżinsy były u nas przedmiotem marzeń z tego powodu, że ich nie było. Można je było zdobyć, jeżeli ktoś miał kontakty z zagranicą, można je było kupować w Peweksie za dolary, no i można było je kupić na ciuchach za dość duże pieniądze, ale dobranie rozmiaru, fasonu etc. było dość skomplikowane. Stąd też dżinsy były wyznacznikiem statusu”<sup>464</sup>.

Kult amerykańskich dżinsów, który z taką siłą wybuchł w drugiej połowie lat 50., utrzymywał się przez cały okres Polski Ludowej. W latach młodzieżowej rewolty 1968 roku stały się dżinsy wręcz symbolem pokolenia, zakładane przez młodzieżową awangardę tego buntu, tzw. komandosów<sup>465</sup>, którzy nosili je z wyciągniętymi swetrami, tworząc wizerunek *à la* „paryski intelektualista z okresu Sartre’a”<sup>466</sup>, oraz hipisów, którzy je uwielbiali, i to zarówno chłopcy, jak i dziewczyny. Przypomnijmy, że noszenie spodni przez dziewczyny było w Polsce Ludowej długo zabronione. Jeszcze przez całe lata 60. dziewczyny nie mogły nosić spodni w szkole. „Dopiero reformy szkolne przeprowadzone przez nową ekipę Gierka znacząco zmieniły tę sytuację”<sup>467</sup>.

Moda hipisowska, mająca bez wątpienia amerykańską genezę i wyraźnie promująca zacieranie się różnic między płciami, uczyniła z dżinsów konieczny wręcz element garderoby. A ponieważ hipisi również uważani byli przez polskie władze za wywrotowców, dżinsy zachowały swój status „zbuntowanych” spodni. W latach 70. głównym miejscem, w którym zaopatrywano się w oryginalne dżinsy, były Peweksy (skrót od Przedsiębiorstw Eksportu Wewnętrzznego), które powstały w 1972 roku w wyniku przekształcenia sklepów Banku Pekao i w których ceny za towary postrze-

<sup>464</sup> *Tato, kup mi dżinsy, proszę! Kultowe przedmioty lat 60.*, Trójkowy Wehikuł Czasu, Polskie Radio. Program Trzeci, 22 X 2012, [online] <http://www.polskieradio.pl/9/716/Artykul/270130,Tato-kup-mi-dzinsy-prosze>, dostęp: 17 IV 2015.

<sup>465</sup> Komandosami nazywano działającą w latach 60. grupę młodych kontestatorów skupionych wokół Adama Michnika, bardzo odczytanych i szczerze zaangażowanych w sytuację polityczno-społeczną kraju, którzy pojawiali się znienacka na otwartych zebraniach partii, Związku Młodzieży Socjalistycznej lub też na wykładach otwartych i sesjach rocznicowych na UW i zadawali prelegentom niewygodne pytania, niweczając tym samym założenia programowe takich spotkań oraz sprowadzając dyskusje na niewygodne tematy. Do „komandosów” należeli prócz wspomnianego Adama Michnika między innymi Jacek Kuroń, Karol Modzelewski, Jan T. Gross, Teresa Bogucka czy Barbara Toruńczyk.

<sup>466</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 102.

<sup>467</sup> *Ibidem*, s. 93.

gane jako luksusowe (lub deficytowe) najczęściej, choć nie wyłącznie, zagranicznego pochodzenia ustalano w oparciu o amerykańskiego dolara.

W latach 70. dzinsy powoli wytracają swoją buntowniczą symbolikę, bo choć nadal pozostają obiektem marzeń młodych ludzi, zaczynają być już noszone masowo. Zmienia się rzecz jasna model pożądanych dzinsów - w latach 70. są to spodnie o fasonie nawiązującym do modnych wtedy i wylansowanych przez hipisów dzwonów, a w latach 80. znane w Stanach Zjednoczonych pod nazwą *acid washed jeans* polskie „marmurki”, „szyte z powycieranej, wybielonej tkaniny”<sup>468</sup>.

Buntownicza historia dzinsów była jeszcze pielęgnowana przez młodzież zaangażowaną w działalność opozycyjną w latach 80. Nawiązywała ona do wizerunku stworzonego przez młodych zbuntowanych z Marca 1968, którzy w latach 80., już jako dojrzały mężczyźni, stali się przywódcami opozycji, wciąż nie zmieniając swego „abnegackiego wizerunku”. Wystarczy wspomnieć dzinsową koszulę Jacka Kuronia, która stała się integralną częścią jego *image'u* jeszcze długo po radykalnych zmianach, jakie przyniósł rok 1989. Młodzi ludzie, głównie studenci i licealiści, nosili więc dzinsy w zestawie z luźnym swetrem, wojskową kurtką, trampkami lub obuwem wojskowopodobnym. W tym, jak dowodzi Anna Pelka, podobnie jak „komandos” lat 60., którzy również nosili wojskowe kurtki i chlebaki, nawiązywali do mody powstańczej<sup>469</sup>. Przy czym znów najbardziej w cenie były amerykańskie kurtki. Tym razem były to „kurtki typu M-65, używane przez Amerykanów podczas wojny w Wietnamie. Za sprawą wietnamskiej emigracji trafiały na bazy państw Europy Wschodniej. Upodobała je sobie głównie młodzież dysydencka. Zdobycie takich kurtek łączyło się z niemałym wysiłkiem. Jak pisze Piotr Szarota, „młodzi Polacy nieraz musieli zadowalać się rodzimymi kurtkami moro Ludowego Wojska Polskiego. Alternatywą były pseudowojskowe kurtki niemieckie, masowo przysyłane w paczkach od rodzin mieszkających w Niemczech Zachodnich”<sup>470</sup>.

Wraz ze zmianami polityczno-ekonomicznymi 1989 roku dzinsy przestały być symbolem buntu. Zauważyć jednak należy, że o ile na Zachodzie już dawno zatraciły swój buntowniczy charakter, a za sprawą wiel-

<sup>468</sup> Y. Husaim-Sobecka, K. Pohl, *op. cit.*

<sup>469</sup> A. Pelka, *op. cit.*, s. 103.

<sup>470</sup> *Ibidem*, s. 224.

kich kreatorów mody, którzy zainteresowali się spodniami z denimu, straciły swój praktyczny i młodzieżowy styl, stając się dobrem luksusowym, w Polsce symbolem niepokory, dzięki właśnie polskiej opozycji, były dość długo. Znamienne, że tak jak w XIX wieku Amerykanie noszący spodnie wynalezione przez Jacoba Davisa i Levi Straussa budowali potęgę Stanów Zjednoczonych, tak polscy opozycjoniści rozwalali w nich stary system, by budować nowy na podobieństwo tego zza oceanu.

### 5.3. MUZYKA MAŁEJ STABILIZACJI – JAZZ I ROCK’N’ROLL

W czasach gomułkowskiej małej stabilizacji prócz absolutnie amerykańskich dżinsów pojawia się również kolejny rodzaj absolutnie amerykańskiej muzyki, który podobnie jak wcześniej jazz zawładnie młodym pokoleniem i odegra ważną rolę w kulturze tamtych lat – rock’n’roll.

Muzyka jazzowa, która mogła uchodzić za młodzieżową w latach 40. i 50., była jednak elitarna, zwłaszcza odkąd zaczęła tracić taneczny, swingowy charakter. W przypadku polskiego jazzu nastąpiło to właśnie w drugiej połowie lat 50. Zainteresowanie młodzieży (zwłaszcza nastoletniej) zwróciło się w stronę rock’n’rolla, który także wyrastał z jazzu, ale odznaczał się większą prostotą (m.in. regularnym rytmem), a przede wszystkim służył rozrywce i tańcowi. (...) Narodziny rock’n’rolla (a także związanego z nim rhythm and bluesa) zbiegły się ze zmianami politycznymi w Polsce Ludowej. Zarazem dobiegła kresu epoka jazzu jako kultury młodzieżowej<sup>471</sup>.

Jazz po Październiku 1956 rzeczywiście zaczął tracić swój popularny charakter, stając się muzyką przeznaczoną dla bardziej wyrobionego słuchacza, bo też sam jazz się bardzo zmienił i dojrzał, tak jak jego wykonawcy. Nadal był ważny, słuchany i lubiany, lecz młode pokolenie zdawało się gdzie indziej szukać podniet. Wydaje się również, że podobnie jak na zachodzie Europy zainteresowania muzyczne stworzyły pewną „linię demarkacyjną” nie tylko między starszym i młodszym pokoleniem, ale też w obrębie tego samego pokolenia między młodzieżą bardziej aspirującą – studencką, pochodzącą być może z tzw. lepszych domów, a młodzieżą gorzej wykształconą, z gorszym kapitałem kulturowym. Ta pierwsza wciąż

<sup>471</sup> K. Kosiński, *op. cit.*, s. 345.

słuchała jazzu w jego dojrzałej, rozwiniętej formie cool czy free jazzu<sup>472</sup>, podczas gdy ta druga zaczęła gustować, jak słusznie zauważa Krzysztof Kosiński, w bardziej rytmicznych, tanecznych rytmach.

Od drugiej połowy lat 50. organizowanych jest wiele imprez jazzowych, także o międzynarodowym zasięgu, na przykład od 1958 roku festiwal Jazz Jamboree, którego pierwsze trzy edycje odbyły się w warszawskim klubie studenckim Stodoła, kilka kolejnych zorganizowanych zostało w Filharmonii Narodowej, a od 1965 roku ten jeden z najstarszych i największych festiwali jazzowych jest organizowany w Sali Kongresowej Pałacu Kultury i Nauki. Jest to zapewne jeden z paradoksów historii, że właśnie muzyka tępiona przez Stalina rozbrzmiewa w murach budowli będącej darem Związku Radzieckiego dla Polski i symbolem czasów panowania krwawego dyktatora. Ta zmiana lokalizacji największej jazzowej imprezy pokazuje też zmianę statusu jazzu, który z klubów i piwnic wszedł do filharmonii i na komunistyczne salony.

Choć, co trzeba zaznaczyć wyraźnie, jazz nigdy nie stał się muzyką reżimu, to jednak nie tworzył już tak wyrazistej ideologicznej alternatywy. Po sopockim festiwalu Polskie Nagrania wydały serię płyt długogrających *Festiwal Jazzowy Sopot 1956 Kronika dźwiękowa* z nagraniami między innymi Komedy, Kurylewicza, Melomanów, a jazzowe bandy wyruszyły w *tournee* po Polsce. Swoją całkiem legalną działalność rozpoczęły kluby jazzowe w Warszawie, Krakowie i Zabrzu. Jazzem zaczęły interesować się media, a Roman Waschko, znany promotor jazzu i muzyki rozrywkowej, uruchomił w dzienniku „Sztandar Młodych”, uchodzącym za organ partyjnej młodzieżówki, własną rubrykę poświęconą jazzowi<sup>473</sup>. Kolejne lata przyniosły następne edycje imprez lub festiwali jazzowych: Zaduszki Jazzowe, Jazz Jamboree, a Polskę odwiedzało coraz więcej zagranicznych artystów. Wielkim wydarzeniem był w marcu 1957 roku koncert The Glenn Miller Orchestra, pierwszego oryginalnego i to bardzo znanego amerykańskiego big-bandu. „Publiczność kilku miast polskich miała wreszcie możliwość usłyszeć w najidealniejszej interpretacji dobrze znanej z filmu

<sup>472</sup> Joachim-Ernst Berendt podzielił historię muzyki jazzowej na dekady, wychodząc z założenia, że zmiany stylistyczne dokonywały się w tej muzyce zgodnie z równymi dziesiętkami lat. I tak lata 20. to czasy jazzu nowoorleańskiego i dixielandu, lata 30. to swing, 40. - bebop, w latach 50. przychodzi czas na cool jazz, w latach 60. - free jazz, zaś lata 70. to jazz rock. Za: K. Brodacki, *op. cit.*, s. 133.

<sup>473</sup> *Ibidem*, s. 183-187.

i setek wykonń polskich zespołów utwory: *In the Moon, String of Pearls, Pennsylvania 6-5000, Tuxedo Junction, Chattanooga Choo Choo* czy *Moonlight Serenade*"<sup>474</sup>.

Kolejne lata przyniosły rozwój polskiej szkoły jazzu i światową sławę wielu wybitnych jazzowych artystów: Krzysztofa Komedy, Tomasza Stańki, Wojciecha Karolaka czy Michała Urbaniaka i Urszuli Dudziak. Władze nie tylko nie miały nic przeciwko temu, ale wręcz wspierały rozwój jazzu, czerpiąc z tej muzyki bardzo konkretne korzyści finansowe. Polski jazz, mimo że został zawłaszczony przez system, pozostawał w sferze alternatywy czy wręcz opozycji do głównych założeń ideologicznych władz – jako po pierwsze, muzyka wroga, bo amerykańska, a po drugie, muzyka, której podstawą twórczą jest wolność i indywidualizm, które to atrybuty wykluczały się z oficjalnie głoszoną zasadą działania kolektywnego i podporządkowanego interesom partii. Franciszek Walicki, promotor jazzu, inicjator i organizator festiwalu jazzowych w Sopocie, tak mówi o tej zmianie pozycji jazzu: „Po dwóch pierwszych Sopotkich Festiwalach Jazzowych, które wyniosły tę muzykę na szersze wody, powoli muzyka jazzowa w moim przekonaniu zaczynała przeradzać się w muzykę dworską, zaczęły obowiązywać eleganckie garnitury, zapraszano jazzmanów do Filharmonii Narodowej. I to mnie zniechęciło do jazzu, a rewolucyjność tego rodzaju muzyki przeszła na rock’n’rolla”<sup>475</sup>.

Konformizacji polskiego jazzu nie potrafił zaakceptować Leopold Tyrmand, który widział w jazzie muzykę zbuntowaną, walczącą z systemem, broń w walce politycznej. Nie zdając sobie zapewne sprawy z tego, że każda forma buntu wcześniej czy później zostaje skonformizowana, a w jej miejsce przychodzą jego nowe manifestacje, bardziej odpowiednie dla nowego pokolenia.

Muzyką buntu lat 50. i 60. był niewątpliwie rock’n’roll. W 1954 roku Bill Haley & His Comets nagrywają słynny przebój *Rock Around the Clock*, który zyskuje globalną sławę także dzięki filmowi z roku 1956 pod tym samym tytułem. Pod wpływem tego filmu młodzi Niemcy, Brytyjczycy i Francuzi reagują bardzo impulsywnie i wywołują liczne zamieszki. W Polsce utwór ten został po raz pierwszy wykonany przez Jeanne John-

---

<sup>474</sup> *Ibidem*, s. 190.

<sup>475</sup> Za: M. Gaszyński, *Cudowne lata. Moja historia rock and rolla w Polsce*, Wydawnictwo Olesiejuk, Ożarów Mazowiecki 2012, s. 129.



stone i brytyjski Paramount Jazz Band, którzy jesienią 1956 roku właśnie odbywali *tournee* po naszym kraju. Jak twierdzi Krystian Brodacki, utwór ten był już w Polsce dobrze znany dzięki Radiu Luxembourg, które odegrało kluczową rolę w popularyzowaniu rock’n’rolla w Polsce<sup>476</sup>.

Początków Radia Luxembourg szukać należy w latach 20. XX wieku i są one blisko związane z brytyjską BBC. Jednak to właściwe, kultowe Radio Luxembourg, słuchane namiętnie przez polską młodzież, powstało w 1954 roku z połączenia anglojęzycznych długofalowego Radia Luxembourg I ze średniofalowym Radiem Luxembourg II, nadającym na fali 208 metrów, które około roku 1960 zaczęło wyraźnie profilować swój program w kierunku muzyki pop i adresować go do nastolatków. Zrezygnowano ze słuchowisk radiowych czy serialowych opowieści na rzecz muzyki granej z płyt. Koncepcja ta okazała się genialnym posunięciem biznesowym, była bardzo tania w produkcji, a pozyskała miliony słuchaczy na Wyspach Brytyjskich, w Europie Zachodniej oraz za żelazną kurtyną, gdzie jego słyszalność była daleka od idealnej, lecz emocje, jakie budził program, *de facto* jedyny, w którym młodzi ludzie mogli usłyszeć „swoją” muzykę, były niezwykle.

To dzięki Radiu Luxembourg polska młodzież usłyszała o Haleyu, Presleyu, a wkrótce także Beatlesach i Rolling Stonesach. Gdy podmiot liryczny w słynnej *Autobiografii* wyśpiewanej przez zespół Perfect wspomina: „Pocztówkowy szal / Każdy z nas ich pięćset miał / Zamiast nowej pary jeans / A w sobotnią noc / Był Luxembourg, chata, szkło / Jakże się chciało żyć!”, staje się głosem całego pokolenia, którego młodość przypadła na koniec lat 50. i lata 60. Zarówno jazz, który wdarł się jak tornado, gdy powiał wiatr odnowy, jak i usłyszane w radiu *Blue Suede Shoes* Presleya, które przyprawiło liryczne „ja” o bezsenność, były doświadczeniami młodzieży z tamtego okresu, młodzieży spragnionej doznań, zabawy, marzącej o kolorowym i radosnym świecie oraz, co ważne, z nadziejami, że taki świat może się zdarzyć w Polsce.

Zaznajomieni z modnymi dźwiękami, podobnie jak ich rówieśnicy na zachodzie Europy, młodzi Polacy wokół rock’n’rolla budowali swoją pokoleniową tożsamość. Polska scena muzyczna zmierzyła się z rock’n’rollem w marcu 1959 roku, gdy w klubie Rudy Kot przy ulicy Garncarskiej

<sup>476</sup> K. Brodacki, *op. cit.*, s. 185.

18 w Gdańsku wystąpił po raz pierwszy zespół Rhythm and Blues. Inicjatorem przedsięwzięcia był znany i doświadczony z organizacji imprez jazzowych Franciszek Walicki. Walicki doskonale wiedział, co porusza młodzież na Zachodzie, i wiedział, że ze znajomością tematu młodzi Polacy nie pozostają w tyle mimo oczywistych przeszkód.

Zespół Rhythm and Blues to sześciu młodzieńców, którzy nie mieli własnego repertuaru, ale kochali amerykańskiego rock'n'rolla i śpiewali utwory Elvisa Presleya, Billa Haleya, Little Richarda, J.L. Lewisa czy Paula Anki. W czasie pierwszego koncertu zespół zaprezentował między innymi takie utwory, jak *When the Saints Go Rock'n'Roll*, *Mambo Rock*, *Rock-A-Beatin' Boogie*. „Pierwszy koncert rockandrollowy w Polsce składał się prawie wyłącznie z utworów zachodnich, z wyjątkiem jednego instrumentalnego – kompozycji Leszka Bogdanowicza: *Hoola-Hoop Boogie*. Pozostałe to utwory Billa Haleya, Elvisa Presleya, Little Richarda, »Fatsa« Domino, Paula Anki i Tommy'ego Steele'a”<sup>477</sup>. Młodzi, niespokojni zarażali swoją energią publiczność. Jak twierdzi muzykolog Mariusz Gradowski, Rhythm and Blues był „pierwszym polskim zespołem młodych, którzy chcieli grać żywołową muzykę”<sup>478</sup>, a polska młodzież pragnęła uczestniczyć w wydarzeniach, w jakich kilka lat wcześniej uczestniczyli ich rówieśnicy z Zachodu, w koncertach, które energetyzują, dodają siły swoją rytmicznością, tempem, mocnym uderzeniem. Koncerty zespołu w lecie i jesienią 1959 roku prowadziły do młodzieżowych ekscesów: powybijane szyby, spalone ławki, a nawet przeniesiony tramwaj<sup>479</sup>. Skala tych wydarzeń, choć nieporównywalnie mniejsza od tych, które miały miejsce w roku 1956 w Niemczech, zaniepokoiła polskie władze, które rock'n'rolla obawiały się znacznie bardziej niż jazzu. „Na przykład przeciwstawiano rocka jazzowi, który też zresztą entuzjazmu oficjalnych czynników nie wywoływał. Zdawano sobie jednak sprawę, że zwłaszcza po 1956 roku bardzo silnie wrósł w polską kulturę. Jazz stał się niechętnie akceptowaną przez władze muzyką buntu utajonego i coraz bardziej wysublimowanego – rock mógł eksplodować

<sup>477</sup> A. Idzikowska-Czubaj, *Rock w PRL-u. O paradoksach współistnienia*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2011, s. 133, cyt. za: F. Walicki, *Szukaj, burz, buduj*, wyd. 2 uzup., Warszawa 2002, s. 99.

<sup>478</sup> 53 lata temu narodził się polski rock'n'roll!, Trójkowy Wehikuł Czasu, Polskie Radio. Program Trzeci, 25 III 2012, [online] <http://www.polskieradio.pl/9/716/Artykul/573173,53-lata-temu-narodzil-sie-polski-rocknroll>, dostęp: 25 IV 2015.

<sup>479</sup> *Ibidem*.

buntem manifestacyjnie niedojrzałym i nieokrzesanym”<sup>480</sup>. Rzeczywiście sukces zespołu Rhythm and Blues był spektakularny, „potrafił trzy razy z rzędu wypełnić po brzegi warszawską Halę Gwardii!”<sup>481</sup>. To powodzenie zespołu i całej muzyki ogromnie drażniło partyjnych decydentów, poza tym władza się bała, w związku z czym praktycznie zakazano zespołowi występów.

„We wrześniu 1959 roku z inicjatywy I Sekretarza Komitetu Wojewódzkiego PZPR w Katowicach Edwarda Gierka zespołowi Rhythm and Blues pozwolono dawać koncerty wyłącznie dla publiczności nie przekraczającej 400 osób. W praktyce oznaczało to koniec kariery z przyczyn finansowych. Zespół wystąpił po raz ostatni w październiku 1959, a formalnie zakończył działalność w czerwcu roku kolejnego”<sup>482</sup>. Rzeczywiście wyrok towarzysza Gierka był – jak zauważa Dariusz Michalski – „Wyrokiem śmierci dla Rhythm and Bluesa, ale nie dla rock’n’rolla”<sup>483</sup>. W tym samym bowiem dniu i miejscu, gdy rozwiązany został Rhythm and Blues, Franciszek Walicki powołał do życia nowy zespół, Czerwono-Czarnych, „który grał, śpiewał i kolportował w całej Polsce taką samą co tamten muzykę, nazwaną jednak inaczej”<sup>484</sup>. Roztropny Franciszek Walicki bowiem, dla uspokojenia najwyższych władz, nazwał ją big-beatem, nadając jej przez to pozornie inną jakość oraz rodzimą i, co najważniejsze, socjalistyczną tożsamość. Odcinając w symboliczny sposób big-beat od kapitalistycznych korzeni, od rock’n’rolla, który deprawował polską młodzież i czynił ją nieprzewidywalną, zagwarantował mu status „dobrej socjalistycznej kultury masowej” i akceptację władz<sup>485</sup>.

<sup>480</sup> T. Jobkiewicz, *Dziwny jest ten rock*, [w:] L. Gnoiński, J. Skaradziński, *Encyklopedia polskiego rocka*, In Rock, Poznań 2006, s. 14.

<sup>481</sup> 53 lata temu narodził się polski rock’n’roll!

<sup>482</sup> 53 lata temu...

<sup>483</sup> T. Leszkowicz, *Od rock and rolla nie było odwrotu*, wywiad z D. Michalskim, *Histmag*, 22 I 2015, [online] <http://histmag.org/Od-rock-and-rolla-nie-bylo-odwrotu-10569>, dostęp: 8 V 2015.

<sup>484</sup> *Ibidem*.

<sup>485</sup> Akcja z big-beatem przypomina tę z dzinsami z Odry. Zawłaszczono amerykański tekst kulturowy, mniej lub bardziej udolnie go skopiowano, dla niepoznaki nadano mu inną nazwę i puszczono w obieg jako rodzimy produkt. Ta pełna hipokryzji strategia władz polegająca na czerpaniu z amerykańskich czy zachodnich koncepcji, pomysłów, wynalazków, produktów kulturowych przy jednoczesnym oficjalnym odżegnywaniu się od nich, na korzystaniu z nich, lecz kamuflowaniu ich obcego pochodzenia była stosowana przez cały okres trwania systemu komunistycznego i była charakterystyczna dla całego obozu.

Wkrótce zaczęły powstawać nowe zespoły: Niebiesko-Czarni, Pięciolinie, Tarpany, Waganci, Czerwone Gitary, Skaldowie, Polanie czy Trubadurzy. Nawet w nazwach tych grup nie było buty, śpiewano wprawdzie bardzo energetycznie i w rytm rock'n'rolla, ale całkiem niewinne teksty, już przeważnie po polsku. Rockandrollowe brzmienie połączono z polską muzyką ludową, tworząc osobliwą formę, specyficznie polską odmianę muzyki. Oryginalne amerykańskie brzmienie zostało zawłaszczone, uproszczone i wykorzystane do uprawiania i promowania polskiej kultury. Zaczęto także sięgać do polskiej poezji i wyśpiewywać ją w nowoczesnych aranżacjach.

To się władzy podobało, choć słowa „rock” nadal nie lubiła. Nie cała też twórczość polskich artystów była akceptowana. Dariusz Michalski wspomina o kłopotach z cenzurą, jakie mieli Trubadurzy z powodu piosenki *Kim jesteś*. „Nietypowe metrum 12/8, dramatyczny głos wokalisty Sławomira Kowalewskiego, no i tekst... Groźny? Śmiały? Odważny? Na pewno szczery”<sup>486</sup>. „Kim jesteś, gdy drogę chcesz znaleźć pod wiatr, / Zgubiony wśród zdarzeń i ludzi? / Kim jesteś, gdy zmienić, tak zmienić chcesz świat, / By czas nienawiści nie wrócił?”<sup>487</sup> – zapytywał podmiot liryczny i w kontekście wydarzeń Marca 1968 słowa te wydały się władzy na tyle niepokojące, że piosenkę zakazano.

Polski big-beat był w gruncie rzeczy muzyką konformizmu, nie było w nim buntu, a wielu artystów stało się „pieszczochami systemu”. Niewiele było też w tej muzyce oryginalnego, amerykańskiego brzmienia, tego, które tak rozpalało, gdy śpiewał Rhythm and Blues w 1959 roku. Nie oznacza to jednak, że amerykańskiej muzyki nie słuchano. To autentyczny, amerykański, a najsilniej brytyjski rock rozbudzał wyobraźnię i emocje młodzieży w tym czasie. Władze szły na pewne kompromisy ze społeczeństwem, zezwalając na koncerty zagranicznych artystów. Paul Anka wystąpił w Sali Kongresowej w listopadzie 1963 roku. Miał wtedy dać dwa koncerty. Jeden się odbył, drugi został odwołany, gdy artysta dowiedział się o zabójstwie prezydenta Johna F. Kennedy'ego. Jednak większe emocje wzbudziły w latach 60. koncerty Animalsów oraz Rolling Stonesów. Szczególnie to drugie wydarzenie uznano za wyjątkowo ważne i wpływo-

---

<sup>486</sup> T. Leszkowicz, *op. cit.*

<sup>487</sup> Trubadurzy, *Powiedz, kim jesteś* (1968), cyt. za: T. Leszkowicz, *op. cit.*

we. Piotr Osęka, pisząc o wydarzeniach Marca 1968, dowodzi, że: „Koncert Stonesów stał się w ówczesnej Polsce wydarzeniem niezwykłym, oni sami byli przybyszami z innego świata. Skandalizujący, luzacki wizerunek grupy był zaprzeczeniem oficjalnego pustostłowa i partyjnych rytuałów. (...) Sceniczny luz, prezentowany przez Stonesów, stanowił wyzwanie dla hierarchicznego porządku społecznego, upowszechnionego przez komunistów”<sup>488</sup>. Z powodu koncertu i niespokojnego zachowania fanów władze Warszawy po raz pierwszy użyły oddziałów milicji zaopatrzonych w armatki wodne. Po raz pierwszy zademonstrowano ludziom wielki pokaz siły, a wszystko to z powodu rocka i kilku niegrzecznych młodzieńców.

Polacy słuchali oryginalnych brzmień z płyt przywożonych z zagranicy, otrzymywanych od rodzin w paczkach, kupowanych od marynarzy, którzy dzięki swojej globalnej mobilności zawodowej tworzyli wąskie szczeliny kontaktu z kulturą Zachodu, w tym amerykańską. Rola marynarzy w promowaniu produktów kultury Zachodu jest niewątpliwie istotna. Nieprzypadkowo polski rock’n’roll zaczął się właśnie na Wybrzeżu. Stało się tak nie tylko dlatego, że geograficznie było ono bardziej otwarte na świat – *de facto* droga morska dawała jedyną możliwość podróży do USA aż do roku 1973, gdy LOT rozpoczął loty transatlantyckie – ale też z powodu kulturowego otwarcia jego mieszkańców. Po wojnie zamieszkali tam ludzie z różnych stron Polski, wielu z Kresów i Śląska. Niemieckie wpływy kulturowe też nie były bez znaczenia, słowem Wybrzeże było bardziej otwarte na inność i nowość, bardziej kosmopolityczne niż reszta kraju. Znamienne również, że sam Franciszek Walicki był oficerem Marynarki Wojennej, a Bogusław Wyrobek i Bogusław Grzyb, muzycy, którzy tworzyli skład Rhythm and Bluesa, pochodzili z Orkiestry Reprezentacyjnej Marynarki Wojennej<sup>489</sup>. Nie tylko polskie miasta portowe odegrały kluczową rolę w przenoszeniu nowych trendów zza oceanu, Liverpool i Hamburg to istotne europejskie przyczółki, z których rozprzestrzeniały się na Europę amerykańskie trendy i produkty.

Kolejnym źródłem zaopatrzenia w płyty z oryginalną muzyką był Berlin Zachodni, z którego po rozszczelnieniu granic przywożono płyty, czasopisma, gadżety dostępne tam dzięki amerykańskiej armii. Marek Ga-

<sup>488</sup> P. Osęka, *Marzec '68*, Znak-ISP PAN, Kraków 2008, s. 82-84.

<sup>489</sup> 53 lata temu zrodził się polski rock’n’roll.

szyński wspomina o jeszcze innym źródle – Amerykańskiej Ambasadzie w Warszawie, która przez lata odegrała, podobnie jak Konsulat w Krakowie, niebagatelną rolę w propagowaniu amerykańskiej kultury popularnej. Od kiedy uznano, że Europejczyków należy przekonywać do Ameryki nie kulturą wysoką, lecz jazzem i kulturą popularną, amerykańska dyplomacja wdrożyła specjalne programy wykorzystujące *soft power* jako narzędzie perswazyjne. W amerykańskich przedstawicielstwach dyplomatycznych w Polsce Ludowej, a także w innych krajach obozu sowieckiego, organizowano specjalne pokazy amerykańskich filmów w oryginalnej wersji językowej, udostępniano amerykańskie książki i płyty. Marek Gaszyński tak wspomina tamten okres:

Rock'n'rolla znaleźmy z paru płyt, których nam jakoś przybywało w ciągu miesiąca po kilka. Czyjś ojciec z placówki przywiózł, komuś przysłali parę sztuk z Londynu, coś się pożyczyło od pana w okularach w antykwaracie na Wspólnej za jakieś niewielkie pieniądze. (...) Witek [Pograniczny – przyp. J.Sz.-B.] mówił, żeby nie iść po płyty do Ambasady USA, bo nas ubecja zgarnie. Poszedłem raz, nikt mnie nie zgarnął, poszedłem drugi raz, nikt mnie nie zgarnął, po trzech tygodniach – znów nikt. A z ambasady można było wypożyczyć na kilka dni książki o muzyce albo całą taśmę z nowościami – potem to szybko przegrywaliśmy z inżynierem dyżurnym na Myśliwieckiej i robiły się zapasy, a z tego powstawała radiowa taśmoteka<sup>490</sup>.

Radio było niewątpliwie najbardziej powszechnym źródłem muzyki rockandrollowej. Jako propagator muzyki popularnej wśród słuchaczy, a niemającej specjalnego uznania u władz, radio przećwiczyło tę swoją osobiłą i trudną rolę już przy muzyce jazzowej. Kiedy jazz został ułaskawiony, lecz wciąż niepokochany przez partię, w Programie I Polskiego Radia, najbardziej oficjalnym, pojawiła się audycja *To jest jazz*, którą tworzyli Stefan Rogiński i niezmordowany Leopold Tyrmand. Zaś w kwietniu 1957 roku nadawać zaczęła Rozgłośnia Harcerska, najstarsza niepubliczna stacja radiowa, zlokalizowana, a jakże, w budynku YMCA przy ulicy Konopnickiej 6, adresie tak dobrze znanym miłośnikom amerykańskiego brzmienia. Rozgłośnia Harcerska była początkowo stacją harcerską,

<sup>490</sup> M. Gaszyński, *op. cit.*, s. 200.

która emitowała komunikaty dla drużyn, hufców i nie cieszyła się dużą popularnością. Aby zmienić ten stan rzeczy, informacje harcerskie uzupełniano utworami muzycznymi, których nigdzie indziej nie można było usłyszeć. Płyty zdobywano wszelkimi możliwymi sposobami – od wykradania ich z zamkniętej taśmoteki przy ulicy Myśliwieckiej, gromadzącej utwory, które nie mogły się pojawić na antenie Polskiego Radia, poprzez sprowadzenie ich przez ambasadę amerykańską, aż po dostarczenie ich przez samych słuchaczy. To wszystko mogło się wówczas dziać, ponieważ Rozgłośnia Harcerska była pierwszą polską stacją, której nie obejmowała kontrola Komitetu ds. Radia i Telewizji, i dzięki temu jej pracownicy mieli znacznie większą swobodę w prowadzeniu programu<sup>491</sup>.

Tą interesującą dla harcerzy muzyką początkowo był jazz, a potem stał się nią rock’n’roll.

Kolejną istotną tubą promującą amerykańską, a potem brytyjską muzykę była radiowa Trójka. Powstała 1 kwietnia 1962 roku z inicjatywy Włodzimierza Sokorskiego, ówczesnego prezesa do spraw radia i telewizji. Koncepcja programu była dość oryginalna i nowatorska. Trójka miała być radiem przeznaczonym głównie dla inteligencji i studentów, grającym wyszukaną, ambitniejszą muzykę oraz dostarczającym rozrywki na wysokim poziomie.

Początkowo Program Trzeci adresowany był do bardziej wyrobionych pod względem muzycznym i literackim słuchaczy. Znalazło się wiele pozycji awangardowych i trudniejszych, takich jak piosenka nowoczesna, współczesne słuchowiska, przeważnie rozrywkowe. Polityka i publicystyka to był wówczas margines, dominowała muzyka jazzowa, poważna, a także rozrywkowa, zarówno krajowa, jak i zagraniczna. Pierwszą audycją nadaną przez Program Trzeci (10 marca 1962 roku) były „Piosenki, jakich nie było” Marka Gaszyńskiego i Witolda Pogranicznego<sup>492</sup>.

Gaszyński, Pograniczny, Waschko, Świącicki to pionierzy muzycznego dziennikarstwa i promotorzy muzyki rozrywkowej o amerykańskich korzeniach – jazzu, rock’n’rolla, rocka.

<sup>491</sup> A. Idzikowska-Czubaj, *op. cit.*, s. III.

<sup>492</sup> *Historia Programu Trzeciego*, TrójkoFan, Polskie Radio. Program Trzeci, [online] <http://www.trojkofan.trojka.info/historia.html>, dostęp: 13 V 2015.

Jeszcze większą rolę niż Trójka w promocji rock'n'rolla odegrało młodzieżowe Studio „Rytm” – powstałe w 1965 roku w Programie I Polskiego Radia z inicjatywy Andrzeja Korzyńskiego i Mateusza Świąćckiego. Znaleźli się tam również Gaszyński i Pograniczny. Anna Idzikowska-Czubaj cytuje Andrzeja Korzyńskiego, który o powstaniu Studia „Rytm” mówił tak:

Revolucja polegała na tym, że Studio „Rytm” dostało pełną niezależność, co w tamtych czasach było prawnie niemożliwe. Nie musieliśmy nikogo pytać, co i z kim. To trudno sobie wyobrazić, że w tamtych czasach można było coś takiego wymyślić. Dzięki temu, że byliśmy od tego wolni, mogliśmy ponagrywać masę rzeczy, niejako z innej beczki, które do dzisiaj istnieją i są świadectwem naszej niepokornej duszy i talentu muzycznego młodych ludzi z tamtej epoki<sup>493</sup>.

Studio „Rytm” odegrało rzeczywiście kluczową rolę w promocji i archiwizacji dorobku przede wszystkim polskiego big-beatu, choć można było tam posłuchać także oryginalnych, zagranicznych utworów. Ważna była również nowatorska formuła Studia „Rytm”, które wzorując się na Radiu Luxembourg, dopuszczało przed mikrofon młodych prowadzących, niemal rówieśników słuchaczy, którzy używali lżejszego, bardziej spontanicznego, charakterystycznego dla młodzieży języka. W porównaniu ze starą formułą, w której dojrzały lektorzy odczytywali jedynie na antenie wcześniej przygotowaną audycję, ten nowy sposób prowadzenia programu okazał się rewolucyjny i zdobył serca wielu młodych Polaków<sup>494</sup>.

Najsilniej oryginalna amerykańska muzyka zaznaczyła swoją obecność w początkach popularności rockandrollowego brzmienia. Według Marka Gaszyńskiego polski rock'n'roll objawił się dopiero w roku 1963, a do tego czasu, czyli w latach 1959-1963, dominowały zagraniczne tematy rockandrollowe i twistowe przeróbki przebojów. Tak jak na pierwszym koncercie Rhythm and Bluesa w 1959 roku, tak i na kolejnych koncertach tego zespołu oraz jego następców, Czerwono-Czarnych, prezentowano prawie wyłącznie piosenki w języku angielskim. Również pierwsze płyty Czerwono-Czarnych zawierały utwory z repertuaru głównie amerykańskich wykonawców, między innymi: Chucka Berry'ego, J.L. Lewisa, Chub-

<sup>493</sup> Cyt. za: A. Idzikowska-Czubaj, *op. cit.*, s. 156.

<sup>494</sup> *Ibidem*, s. 157.



by’ego Checkera, Ricky’ego Nelsona. Niezwykłą popularnością cieszył się w Polsce Tommy Steele, brytyjski piosenkarz rockandrollowy, uważany za „brytyjskiego Elvisa Presleya, którego utwór również znalazł się na pierwszej płycie Czerwono-Czarnych”<sup>495</sup>. „Pamiętam, że gdy w Radiostacji Harcerskiej prowadziliśmy z Witkiem Pogranicznym audycję *30 minut rytmu*, to była w nich wyłącznie muzyka anglosaska” – wspomina Gaszyński. Po roku 1963 były to płyty z niemal wyłącznie polskimi piosenkami<sup>496</sup>. Gaszyński wspomina również postać Ryszarda Atamana, dziennikarza rzeszowskiego radia, który prowadził dwie audycje nadawane w środy i soboty, zatytułowane *Z płytoteki Ryszarda Atamana* i *Gwiazdy z mojej płytoteki*, którymi zyskał ogólnopolską sławę. Grał Ataman wyłącznie anglosaskie utwory, a to dzięki stałym, jak twierdzi Gaszyński, dostawom płyt z USA i Anglii. „W uznaniu za jego wkład w rozwój muzyki – co prawda nie polskiej, a amerykańskiej – powierzono mu w 1963 roku prowadzenie niektórych koncertów na festiwalu w Opolu, a w 1965 roku wyjechał Ataman na stałe do USA”<sup>497</sup>. Muzyka rockandrollowa, również w spolszczonej, big-beatowej wersji stała się bazą do budowania rozmaitych zjawisk około-rockandrollowych – „styl życia, moda, fryzura, zachowanie na scenie i na widowni, więc pokoleniowa oparta na ciekawości wobec tego, co zachodnie, więc nieosiągalne lub trudne do zdobycia, dalekie...”<sup>498</sup>.

Zazwyczaj przy opisywaniu i kategoryzowaniu pewnych zjawisk mamy tendencję do wyznaczania punktów granicznych, od których coś się zaczyna, lub przełomów, od których coś drastycznie się zmienia, podczas

<sup>495</sup> Popularność w Polsce Tommy Steele zawdzięczał filmowi Gerarda Bryanta *The Tommy Steele Story* (1957), który był od 1959 roku pokazywany również na polskich ekranach pod tytułem *W rytmie rock and rolla*. Jeden z uczestników tamtej polskiej rockandrollowej gorączki, a dziś prawdziwy miłośnik tej muzyki tak wspomina pierwsze spotkanie z nią: „Pamiętam dokładnie, kiedy rock and roll zaistniał w mojej świadomości. Było lato 1960 roku. Miałem wtedy 14 lat. Z grupą kolegów i kolegów wybraliśmy się do letniego kina. Fajna sprawa – ekran osłonięty przed deszczem, krzesła postawione tu i tam. Puścili film *The Tommy Steele Story*, u nas wyświetlany pod tytułem *W rytmie rock and rolla*. To było jak uderzenie pioruna. Ta perkusja, te gitary. Opanował mnie bakcyl rock and rolla” – cyt. za: J. Drost, *Mieczysław Suder laureatem konkursu miłośników rock and rolla*, „Dziennik Zachodni” 2010, 17 XII, [online] <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/346771,mieczyslaw-suder-laureatem-konkursu-milosnikow-rock-and-rolla,id,t.html>, dostęp: 14 V 2015. Takich, którzy zarazili się „rockandrollowym wirusem” przez film Bryanta było tysiące. Był to bowiem jeden z niewielu obrazów poświęconych tej muzyce pokazywanych w PRL-u.

<sup>496</sup> M. Gaszyński, *op. cit.*, s. 116.

<sup>497</sup> *Ibidem*.

<sup>498</sup> *Ibidem*, s. 117.

gdy większość, jeśli nie wszystkie zmiany, jakich doświadcza ludzkość, są wynikiem długotrwałych procesów. Zmiany nie pojawiają się z dnia na dzień, lecz są wypadkową drobnych wydarzeń, odkryć, sytuacji społecznych czy politycznych. Zmiany kulturowe to znów efekt najrozmaitszych czynników społecznych, politycznych, technologicznych, które sprawiają, że nagle światu objawia się jakieś najczęściej pozornie tylko nowe zjawisko. Choć rock'n'roll wniósł nową jakość, stał się muzyką buntu, to warto podkreślić, że wyrósł z jazzu, a relacja między tymi dwoma gatunkami była jednak bardziej relacją trwania niż przełomu i odrzucenia. Rock'n'roll jest kontynuacją jazzu, rhythm and bluesa i muzyki country. Połączono i uproszczono w nim te wszystkie gatunki, nadając melodii ostre, bardzo rytmiczne i dynamiczne brzmienie. Dylematy, jakie pojawiały się początkowo z klasyfikacją rock'n'rolla, wynikały również z faktu, że to właśnie jazzowi muzycy grywali, a nawet komponowali pierwsze rockandrollowe utwory.

Warto zatem popatrzeć na narodziny rock'n'rolla, a potem rocka czy punk rocka, jak na pewną artystyczną kontynuację. Poza jazzem żaden z tych gatunków muzycznych nie wносił zupełnie nowej, rewolucyjnej jakości, był raczej nową formą, która w danym czasie bardziej trafiała w potrzeby odbiorców. Jazz był rewolucją i przełomem w latach 20. i 30. i w naturalny sposób był wciąż traktowany jako muzyka młodych tuż po wojnie. Zmieniały się zresztą same rodzaje jazzu, od jazzu tradycyjnego, poprzez swing, do bebopu itp. Gdy jazz wyewoluował w kierunku bardziej wysublimowanej formy, gdy stał się bardziej salonowy i elitarny, młodzi ludzie poszukiwali brzmienia, które po pierwsze, bardziej odda ich emocje, a po drugie, pozwoli zaznaczyć im pewną odrębność od poprzedników, zbudować własną podmiotowość. Potrzeba budowania tożsamości, czy to jednostki, czy pokolenia, tworzenie własnego znaczenia w opozycji do innych jest podstawą, z której wyrasta młodzieżowy bunt.

Bliskie relacje rock'n'rolla z jazzem widać szczególnie silnie w Polsce – oba brzmienia funkcjonowały jako kulturowo obce, przybyłe z zakazanej Ameryki, która była jednoznacznie określana w socjalistycznej propagandzie jako wróg ideologiczny. Pierwsze rockandrollowe utwory wykonywane były w klubach jazzowych przez muzyków jazzowych: Rudy Kot też był klubem jazzowym, działającym pod auspicjami gdańskiego towarzystwa jazzowego, zaś zespół Rhythm and Blues był w gruncie rzeczy jazzowym combem. Jeszcze długo pojawiały się problemy ze zdefiniowa-

niem rock’n’rolla i interpretowanie go jako nieco mocniejszego, bliskiego swingowi, jazzowego brzmienia.

#### 5.4. W STRONĘ KONTRKULTURY

Zmiany, które rozpoczęli w Polsce pod koniec lat 50. muzycy z Rhythm and Bluesa, były odbiciem tego, co działo się w Stanach Zjednoczonych na początku lat 50., a w Europie Zachodniej około połowy tej dekady. Stalinowski reżim opóźnił nieco pojawienie się tego zjawiska w Polsce. Na dobre zmiany obyczajowe, które przyniosło ze sobą mocne uderzenie, to dopiero lata 60. W Ameryce i Europie Zachodniej w tym czasie trwa już odwrót od dość mimo wszystko mocno konsumpcyjnej kultury rock’n’rolla. Oto pojawia się nowe pokolenie młodzieży, które zaczyna głosić odrzucenie kultury konsumpcji, neguje podstawy amerykańskiej kultury i kanon amerykańskich wartości. Czerpie z przemysłów i tekstów nieco starszych kolegów, Jacka Kerouaca, Allena Ginsberga czy Charlesa Bukowskiego, którzy swoimi postawami i otwartą krytyką systemu, nihilizmem i utracjuszkowskim stylem życia zapowiadali nadejście większych zmian w latach 60.

Nowy buntownik występuje też ostro przeciw systemowi, jednak nie tylko neguje to, co jest – tak jak czyniły to poprzednie pokolenia – ale proponuje też swoją wizję świata. Nie chce się tylko dobrze bawić w rytm dobrej muzyki, ale wykorzystuje muzykę do wyrażania w niej swoich niepokojów. Oto nadchodzą hipisi – wielbiący Mao i pisma Herberta Marcusego. Ich bunt wyrasta z krytyki kapitalizmu, ale jak zwykle z młodzieńczym buntem bywa, jest generalnie skierowany przeciwko wszelkim okowom – rodzinie, szkole, państwu, kulturze. Hipisi nie chcą tylko zmiany stylu życia, oni chcą zmiany świata. Są w tym naiwni i niedojrzali, pełni utopijnych przekonań i wizji wspomaganych rozmaitymi rozszerzającymi jaźń specyfikami. Pragną pokoju, uduchowionej ludzkości i życia blisko natury. Według Aldony Jawłowskiej „Pierwsze grupy hipisów pokazały się w USA w latach 1964-1965, a więc wtedy, gdy ruch kontestacji zaczął narastać na uniwersytetach i gdy wyraźnie zaktywizowała się młodzież kolorowa”<sup>499</sup>.

<sup>499</sup> A. Jawłowska, *Drogi kontrkultury*, PIW, Warszawa 1975, s. 149, *Biblioteka Myśli Współczesnej*.

W krótkim czasie w Stanach Zjednoczonych to poruszenie młodzieży staje się ruchem społecznym, który wstrząśnie Ameryką, choć nie odmieni jej w stopniu, jakiego mogli oczekiwać świadkowie i uczestnicy tamtych wydarzeń. Silne zaangażowanie w politykę, demonstracje antywojenne, walka z rasizmem dawały nadzieję, że młodzi ludzie w myśl swojego hasła uczynią świat pełnym miłości, nie wojny. Tym bardziej że amerykańscy hipisi wywodzili się głównie z klasy średniej i wyższej, ze środowisk akademickich i inteligenckich, byli więc awangardą świata.

Jak wiadomo, gigantyczny, masowy ruch społeczny nie zostawił po sobie wiele, a przywódca duchowy ruchu, nazwany przez jego entuzjastów „ojcem nowej amerykańskiej lewicy”, niemiecki filozof Herbert Marcuse, gdy stracił swój entuzjazm dla ruchu kontrkultury, stwierdził, że jednak „kwiaty nie mają mocy”<sup>500</sup>, a wszelkie wystąpienia przeciwko kapitalizmowi są wpisane w logikę tego systemu. Jednakowoż niepokoje, które wstrząsnęły Ameryką, rozlały się wkrótce na cały świat – „zamieszki na uniwersytetach włoskich i niemieckich, barykady na ulicach Paryża, krwawo stłumione studenckie demonstracje w Meksyku. A do tego jeszcze rewolucja kulturalna w Chinach, Praska Wiosna i nasz polski Marzec 1968 roku”<sup>501</sup>. Zanim jednak nastąpiły wydarzenia Marca 1968, w Polsce także pojawili się hipisi.

W monografii Kamila Sipowicza wyczytać można, że polscy hipisi pojawili się niezależnie od amerykańskich. Józef Pyrz „Prorok” w wywiadzie udzielonym Sipowiczowi mówi:

(...) myśmy nie wiedzieli, że istnieją hipisi. Nikt nie wiedział. To wyszło naturalnie. Była taka potrzeba przebywania razem. Nosiliśmy długie włosy, to widzieliśmy akurat w zespołach rockowych. Ale nikt nie miał pojęcia o hipisach. I któregoś wieczoru Kogut przyniósł magazyn „Forum” i przeczytaliśmy wszyscy razem pierwszy artykuł na temat hipisów. Stwierdziliśmy potem, że my też jesteśmy hipisami. Ja uważam, że to był podmuch Ducha Świętego, bo to samo stało się na całym świecie jednocześnie i nieświadomie<sup>502</sup>.

<sup>500</sup> „Flowers by themselves have no power, whatsoever” – słynny cytat z wykładu Herberta Marcusego *Liberation from the Affluent Society*, wygłoszonego w Londynie w 1967 roku. Zob. np.: <http://www.marcuse.org/herbert/pubs/Gospubs/67dialecticlib/67LibFromAfflSociety.htm>, dostęp: 21 V 2015.

<sup>501</sup> M. Pęczak, *op. cit.*, s. 73.

<sup>502</sup> K. Sipowicz, *Hipisi w PRL-u*, Wydawnictwo Baobab, Warszawa 2008, s. 161.

Według Proroka pierwsi hipisi pojawili się w Polsce w roku 1967, więc jednak trochę trudno uwierzyć, że przez te dwa-trzy lata aktywności amerykańskich hipisów młodzi ludzie nie mieli o nich pojęcia, choć koncepcja działania Ducha Świętego na pewno dodaje smaczku całemu zjawisku<sup>503</sup>. Tak czy owak rok 1967 w Stanach to słynne lato miłości, kiedy hipisów liczy się już w dziesiątkach tysięcy, a rozporoszeni są po całym kraju. W Polsce w tym czasie to załedwie, jak wspomina Prorok, grupka młodych ludzi, która przesiadywała „pod empikiem na Marszałkowskiej”, a potem stworzyła pierwszą w Polsce komunę. Pęczak zgadza się z Sipowiczem, że właśnie „rok 1967 należy uznać za przełomowy, bo w tym roku właśnie opublikowano pierwsze w Polsce artykuły prasowe o hipisach (»Forum«, »Przekrój«)”<sup>504</sup>.

Hipisi na wzór zachodnich kolegów tworzyli komuny, kontestowali szeroko pojętą rzeczywistość, ale przede wszystkim osobliwie wyglądali. Dwie kluczowe grupy hipisów, skupione wokół Proroka w Warszawie i Psa (Ryszard Terlecki) w Krakowie, stanowiły awangardę polskiej subkultury hipisowskiej – to oni budzili zdziwienie i krytykę swoimi długimi włosami, rozszerzonymi dołem spodniami (tzw. dzwonami), kolorowymi koszulami czy koralikami noszonymi i na szyi, i na rękach. W ten sposób znaczyli swoją odrębność i niedopasowanie do systemu, choć jak twierdzi Sipowicz, także tęsknotę „za światem zza żelaznej kurtyny, światem pociągającym, tajemniczym, światem promieniującym niczym zagubiony diament królewskiego diademu. (...) Polscy hipisi swoim istnieniem przypominali władzy, że naród polski nadal patrzy nie w tym kierunku, w jakim powinien. Wyłamuje się z ideologicznego pola grawitacji, nadal szuka swego centrum poza obmyślonymi na Kremlu orbitami”<sup>505</sup>. Rzeczywiście polska młodzież, znów podobnie jak w przypadku bikiniarzy wcale nie tak liczna, zapatrzona była w Amerykę, w Kalifornię i w wyczyny dzieci kwiatów.

<sup>503</sup> Latem 1966 roku w samym San Francisco mieszkało już około 15 tysięcy hipisów, głównie skupionych w słynnej dzielnicy Haight-Ashbury. Tworzyli zjawisko na tyle ciekawe i niepokojące zarazem, że media dość często się nimi zajmowały. M.L. Issitt, *Hippies. A Guide to an American Subculture*, Greenwood Press, Santa Barbara 2009, s. 7, *Guides to Subcultures and Countercultures*.

<sup>504</sup> M. Pęczak, *op. cit.*, s. 69.

<sup>505</sup> K. Sipowicz, *op. cit.*, s. 94.

W słynnej Notatce dyrektora Departamentu III MSW, płk. Henryka Piętka, z 23 kwietnia 1969 roku na temat hipisów czytamy, że

do popularyzacji „hippies” w Polsce przyczyniły się obustronne kontakty z przedstawicielami „hippies” z USA, Kanady, Danii, Szwecji, Anglii, Czechosłowacji. Przedstawiciele „hippies” z Kanady, Szwecji, Danii, USA, Czechosłowacji przyjeżdżali do Polski i uczestniczyli w „obrzędach” polskich grup. Kilkunastu polskich „hippies” w dniu 1 XI 1968 r. gościł u siebie na wzór kalifornijskich „hippies”, attaché kulturalny ambasady USA w Warszawie<sup>506</sup>.

To ciekawy fakt, który pozwala domniemywać, że dla dyplomacji amerykańskiej, uwikłanej w zimnowojenne rozgrywki, hipisi, którzy w Stanach Zjednoczonych postrzegani byli jako wyraźnie antysystemowi, a nawet w pewnym sensie antyamerykańscy, w obozie komunistycznym zostali potraktowani jako sympatycy Ameryki i amerykańskiej kultury, dodatkowo zapewne jako ci, którzy uprawiając amerykańską kulturę, narażają się na represje ze strony władz reżimu.

W tej samej Notatce płk Piątek donosił:

Orientacyjnie ruch „hippies” skupia w Polsce około 1000 osób w wieku 17-22 lat, głównie spośród młodzieży szkół zawodowych, średnich ogólnokształcących i częściowo wyższych. (...) Liczba członków „hippies” jest niezbyt dokładna, ponieważ większość młodzieży traktuje swój pobyt wśród „hippisów” jako pasjonującą przygodę i rzadko przebywa tam dłużej niż trwa okres letnich wakacji – nazywany okresem „letniej miłości”<sup>507</sup>.

Siłę społecznego oddziaływania hipisów budowała ich wyrazistość, to, że rzucali się w oczy swoim wyglądem i zachowaniem, wyróżniali się niczym kolorowe motyle na tle szarego i zuniformizowanego społeczeństwa. Nie deklarowali otwartego zaangażowania politycznego, choć w swej notatce Piątek wspomina o „pewnym” ich udziale w wydarzeniach

---

<sup>506</sup> Notatka dyrektora Departamentu III MSW płk. Henryka Piętka dotycząca hipisów z 23 kwietnia 1969 roku, cyt. za: *„Jesteście naszą wielką szansą”. Młodzież na rozstajach komunizmu 1944-1989*, red. P. Ceranka, S. Stępień, IPN, Warszawa 2009, s. 368.

<sup>507</sup> *Ibidem*.

marcowych<sup>508</sup>. Właśnie wyrazisty, odmienny wygląd oraz styl życia hipisów budziły największe kontrowersje, czujność i niepokój władzy. „Szybko uznano ich za wrogów państwa i przedsięwzięto odpowiednie środki milicyjno-operacyjne przeciwko nim”<sup>509</sup>. Sipowicz w swojej monografii przedstawia bogaty materiał dotyczący inwigilacji i gnębienia hipisów. Są to dokumenty i materiały, w których przede wszystkim widać niepewność władzy związaną z samym zjawiskiem.

Z powodów oczywistych polscy hipisi nie mogli buntować się przeciwko społeczeństwu konsumpcyjnemu i ustrojowi kapitalistycznemu, z tych samych względów nie fascynowali się Mao ani marksizmem. Byli jednak z ciała i z duszy antysystemowi. Sipowicz nazywa ich

ostatnimi utopistami w komunizmie, (...) nie aprobowali obłudy w żadnym wydaniu. Ich pacyfizm był żarliwy i szczery. Ich postawa nie pozwalała im również przystąpić do opozycji politycznej. Oni chcieli żyć w zgodzie ze sobą – autentycznie. Skoro nie mogli się buntować przeciw konsumpcji, to buntowali się przeciwko schizofrenicznej obłudzie, jaka spowijała socjalistyczną Polskę. Wszyscy w żywe oczy kłamali, z Partią i Kościołem na czele. Rodzice żyli w podwójnych, sprzecznych ze sobą światach<sup>510</sup>.

Pierwsze pojawiające się na ulicach Warszawy i Krakowa grupki młodych, długowłosych, dziwnie wyglądających ludzi były wtedy, pod koniec lat 60., zwiastunem dramatycznych wydarzeń, które dotknęły również Polskę i skumulowały się w postaci rewolty studenckiej w marcu 1968 roku. Wydarzenia te stały się początkiem zmian politycznych na najwyższych partyjnych szczeblach i w bezpośredni sposób przyczyniły się do spopularyzowania poglądów hipisowskich.

Choć sami hipisi nie wzięli czynnego udziału w młodzieżowych zamieszkach, surowe potraktowanie młodzieży i rozwiane na dobre po Marcu 1968 złudzenia sprawiły, że młodzież bardzo krytycznie zaczęła traktować władzę i szeroko pojęty system, a antysystemowość, swoisty ni-

<sup>508</sup> „W okresie wypadków marcowych stwierdzono z ich strony pewną działalność polityczną popierającą studentów. Niektórzy »hippies« byli łącznikami ze studentami innych województw” – *ibidem*, s. 369.

<sup>509</sup> K. Sipowicz, *op. cit.*, s. 391.

<sup>510</sup> *Ibidem*, s. 98.



11. Polscy hipisi. Złot w Częstochowie, 1971. Ich styl życia i światopogląd wpłynęły na system wartości całego pokolenia

hilizm wyrastający z nieufności i zawodu, a nade wszystko młodzieńcze pragnienie życia w zgodzie ze sobą samym, czyli to, co dla zadeklarowanych hipisów było podstawą budowania oportunistycznej postawy, stało się udziałem wielu młodych ludzi. Tym bardziej że Marzec '68 to nie tylko marzec i nie tylko Warszawa.

Dziś wiemy, że skala młodzieżowego protestu była olbrzymia. Objął on wszystkie miasta akademickie i wiele ośrodków nieposiadających wyższych uczelni. Dlatego trudno sprowadzić genezę młodzieżowego niezadowolenia wyłącznie do solidarności z pokrzywdzonymi rówieśnikami czy charakterystycznej dla młodego wieku skłonności do buntu i przekory. Nie można Marca '68 ograniczyć do samego marca. Bynajmniej nie tylko dlatego, że protest zaczął się w lutym i przeciągnął się do kwietnia. Przede wszystkim dlatego, że przyczyny konfliktu sięgały głębiej. Wiązałbym je głównie z przemianami cywilizacyjno-kulturowymi na świecie, pod których wpływem kształtowały się aspiracje i potrzeby młodego pokolenia, nie widzącego w skostniałym państwie Gomułki szans na ich realizację<sup>511</sup>.

Hipisowskie ideały połączone z młodzieńczą frustracją, która znalazła dodatkowe uzasadnienie w wydarzeniach marcowych, ukształtowały

<sup>511</sup> M. Zaremba, *Spółczesność polskie lat sześćdziesiątych – między „małą stabilizacją” a „małą destabilizacją”*, [w:] *Oblicza marca 1968*, red. K. Rokicki, S. Stępień, IPN, Warszawa 2004, s. 28, *Konferencje IPN*, 15.



postawy wielu młodych ludzi z końca lat 60. i początku 70. Wydaje się, że Kamil Sipowicz trochę nie docenia wpływu społecznego polskich hipisów. Dla Świdry-Ziemby światopogląd polskich hipisów był inspiracją dla całego pokolenia, którego młodość przypadła na lata marcowe i pomarcowe, a więc już epokę Gierka, kiedy tak naprawdę zainteresowanie kulturą hipisowską znacznie wzrosło, a sam ruch dojrzał. Zanim to jednak nastąpiło, na scenie politycznej dokonały się istotne zmiany.

## 6. POZORY I WIELKIE ASPIRACJE – AMERYKAŃSKA KULTURA W DEKADZIE GIERKA

Marzec 1968 roku był początkiem końca „panowania” Władysława Gomułki. Spowodowane podwyżką cen strajki, które wybuchły na Wybrzeżu w grudniu 1970 roku, zostały krwawo stłumione przez oddziały MO, co spowodowało poruszenie społeczne także w innych miastach Polski. Sytuacja zaniepokoiła zarówno władze w Warszawie, jak i w Moskwie. Dodatkowo w strukturach samej partii rozpoczęła się walka o przejęcie władzy<sup>512</sup>. Za aprobatą Moskwy nowym sekretarzem KC PZPR został Edward Gierek, który miał nie tylko uspokoić sytuację w kraju, ale też wnieść zupełnie nową jakość w sprawowaniu władzy.

Młodszy i postawniejszy, ale też z życiorysem innym niż jego poprzednicy, Bierut czy Gomułka, „Gierek w młodości spędził wiele lat na Zachodzie, pierwsze doświadczenia polityczne zdobywał, działając we Francuskiej Partii Komunistycznej i komunistycznej Partii Belgii (...) nie spędził wielu lat w Związku Sowieckim, a język rosyjski znał dużo gorzej niż francuski”<sup>513</sup>. Dlatego dla ludzi Gierek reprezentował zupełnie inny świat. Jednak były to tylko pozory, retusz wizerunku, bo nie zmieniły zasady sprawowania władzy, a jedynie styl jej reprezentacji. Machina rządząca wykorzystała wszelkie środki, a najintensywniej media, by uspokoić sytuację w kraju i odzyskać dawną pozycję. „Rola środków przekazu nie polegała na opisywaniu wydarzeń, o których wszyscy wtedy mówili, na

<sup>512</sup> A. Friszke, *Polska Gierka*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1995, s. 7-8, *Dzieje PRL*.

<sup>513</sup> P. Sasanka, *Polska Gierka – dekada przerwana czy zmarnowana?*, [w:] *PRL od grudnia 70...*, s. 12.

przedstawianiu opinii i żądań społecznych, ale na uspokojeniu atmosfery, głównie poprzez budowanie popularności i zaufania do nowej ekipy”<sup>514</sup>.

Nowa władza na pozór chciała być bliżej ludzi: spotykała się ze strajkującymi, brała aktywny udział w czynach społecznych, zakazywała wiszenia swoich portretów w szkołach i urzędach. Choć zmieniły się jedynie pozory, a nie istota systemu, ludzie z nadzieją patrzyli na otwarcie się władz partyjnych na dialog z Kościołem, ograniczenie cenzury, nieco bardziej liberalną politykę kulturalną. Największym optymizmem napawały zmiany, jakie następowały w obszarze „polityki ekonomiczno-społecznej, której celem miała być budowa socjalistycznej wersji społeczeństwa konsumpcyjnego (...)”<sup>515</sup>.

Jednym z elementów realizacji tej koncepcji było większe otwarcie na Zachód, zarówno w sensie dosłownym – łatwiej można było wyjechać do Europy Zachodniej lub Stanów Zjednoczonych – jak i symbolicznym. Udostępniono obywatelom większą ilość produktów zachodniej kultury popularnej oraz produktów konsumpcyjnych. Symbolami tych czasów są coca-cola i pepsi-cola – oba napoje rdzennie amerykańskie były nośnikami wielu znaczeń, a ich spożywaniu towarzyszyły emocje znacznie większe, niż to miało miejsce przy picu wody z saturatora czy zwykłej polskiej oranżady. Produkcję coca-coli rozpoczęto w lipcu 1972 roku w Browarze Warszawskim, zaś w wołomińskiej hucie szkła produkowano słynne butelki. Pepsi-cola natomiast była produkowana od marca 1973 roku w browarze w Gdańsku. Oba napoje podzieliły Polskę: coca-cola dostępna była głównie w Polsce centralnej, pepsi-cola na południu i północy. Oba napoje, nazywane wcześniej „zgniłym imperializmem w płynie” albo „stonką w płynie”, w latach 70. stały się symbolem epoki gierkowskiej, pełnej aspiracji i kontrastów. Szczególnie dobitnie symbolika tych amerykańskich napojów przemówiła, gdy wkrótce butelki coca-coli i pepsi-coli stały w pustych niemal sklepach. Faktem jest, że nawet przy wysokiej produkcji, jaką zapewniały polskie zakłady, amerykańskie napoje były stosunkowo drogie, a ich konsumpcja generowała pewną aurę luksusu raczej niż buntu, być może dlatego, że mimo zastosowania oryginalnej receptury były to napoje produkowane w Polsce. Inaczej sprawy się miały z tymi samy-

<sup>514</sup> A. Friszke, *op. cit.*, s. 13.

<sup>515</sup> P. Sasanka, *op. cit.*, s. 21.

mi napojami w puszcze, które produkowane były wyłącznie na Zachodzie i nabyć je można było jedynie za dewizy. To one cieszyły się zdecydowanie większym poważaniem i były nośnikiem aury autentyczności. Prócz produkcji licencjonowanych napojów coca-coli i pepsi-coli pojawiły się także imitacje słynnych napojów – popularność w niesławie zdobyła polo-cocta, produkowana przez Spółdzielnię Spożycwców „Społem”.

#### 6.1. ENKLAWY ZACHODNIEGO DOBROBYTU – PEWEKSY, BARBIE I KULTURA KONSUMPCJI W WERSJI PRL

Innym symbolem wpisującym się w politykę budowania „socjalistycznego społeczeństwa konsumpcyjnego” były Peweksy i Baltony – sklepy, w których nabywać można były towary zachodnie lub deficytowe krajowe za dewizy bądź płacąc zań płatniczą osobliwością PRL – bonami towarowymi Pekao. Sklepy te służyły władzy do ściągania dewiz od obywateli, podstawową walutą bowiem, według której podawano ceny towarów i rozliczano transakcje, był amerykański dolar, który sam w sobie stał się materiałem mitotwórczym. Amerykański dolar utożsamiał jeden z najważniejszych mitów Ameryki, mit dobrobytu i bogactwa. W czasach Polski Ludowej ten mit, który wizualizowano za pomocą zielonych banknotów, był niezwykle silny. Dolar miał potężną siłę nabywczą i wydawał się onnipotentny – załatwiał sprawy nie do załatwienia, nabywał niedostępne, egzotyczne towary, w tym mieszkania i samochody, był synonimem prawdziwych pieniędzy.

Peweksy i Baltony były kolorowymi enklawami, światem zupełnie z innej bajki, dla przeważającej rzeszy Polaków miejscem rzadkich wizyt, podczas których nabywano coś naprawdę ważnego dla rodziny lub któregoś z jej członków. To właśnie w tych sklepach wielu Polaków zetknęło się po raz pierwszy z nowoczesną reklamą. Barwne i błyszczące reklamy wizualne odwoływały się do zupełnie innego świata niż ten, w którym na co dzień żyli klienci Peweksów.

Reklama, która ze względu na swoją funkcję perswazyjną prezentuje wizerunkową utopię, świat, który nigdzie nie istnieje, malowany barwami o soczystości nieistniejącej w świecie rzeczywistym, dla Polaków miała działanie jeszcze silniejsze, ponieważ mogli jej doświadczać niemal wyłącznie w sklepach typu Peweks czy Baltona lub oglądając barwne, ame-

rykańskie produkcje hollywoodzkie. Nigdzie indziej takie nasycenie barw nie występowało, cała rzeczywistość była – albo może raczej w zestawieniu z tymi nielicznymi obszarami barwności wydawała się szara, jakby przygaszona. Kolor, wyraźny, głęboko nasycony lub wręcz jaskrawy, hiperrzeczywisty, był dla Polaków nieodłącznym atrybutem amerykańskiej kultury i amerykańskich produktów konsumpcyjnych i sprawiał, że odbieraliśmy je bardzo sensorycznie i emocjonalnie. Ta tęsknota za barwnością inną niż dostępna w Polsce pchała ludzi do kolekcjonowania kolorowych opakowań puszek po napojach, kakao czy herbacie, papierków po gumie do żucia czy bibulek, w które pakowane były pomarańcze. W Peweksach i Baltonach można było również zobaczyć prawdziwe ikony reklamowego świata, wizerunki kowbojów reklamujących znane papierosy czy dżinsy, postaci z bajek Disneya, Joego Camela, Johnny'ego Walkera i innych. W Peweksach sprzedawano żywność, tę puszkowaną, paczkowaną i o długiej dacie ważności, alkohole, w tym polskie wódki, ubrania, sprzęt elektroniczny zachodnich marek, kosmetyki czy zabawki. Te ostatnie były przedmiotem marzeń wielu polskich dzieci, a szczególną peweksowską osobowością była lalka Barbie, na wskroś amerykańska, zjawiskowo piękna.

W posiadanie Barbie można było wejść na dwa sposoby, albo dostać ją od rodziny lub znajomych zza granicy, albo zakupić w Peweksie. Barbie była i jest ważną postacią amerykańskiej kultury popularnej, która podobnie jak postaci prawdziwe, Elvis Presley, Marilyn Monroe czy James Dean, kształtowała gusta i postawy ludzi na całym świecie, a przez to stała się niezwykle istotna dla wielu jej posiadaczek i wcale nie tak rzadkich posiadaczy, okupując spore obszary wspomnień i emocji związanych z dzieciństwem i dorastaniem. Dla dzieci żyjących w czasach Polski Ludowej Barbie uosabiała wspaniałość, luksus, amerykański *glamour*, którego na co dzień nie miały, a który utożsamiały z tym z dewizowych sklepów.

O kulturowym fenomenie Barbie pisze Mary F. Rogers<sup>516</sup>, odnosząc jej działanie głównie do społeczeństwa amerykańskiego. Rogers podkreśla rolę Barbie w budowaniu kultu ciała oraz hierarchii kobiecych wartości, w których dbałość o piękny wygląd wymagający nieustającego nabywania upiększających akcesoriów stał się podstawą propagowania konsumpcyj-

---

<sup>516</sup> M.F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, tłum. E. Klekot, Muza, Warszawa 2003, *Spectrum*.

nego stylu życia. W polskim kontekście te spostrzeżenia na pewno mogłyby okazać się trafne w odniesieniu do roli, jaką odegrała Barbie w późniejszym okresie, już po transformacji, gdy rzeczywistość bardziej sprzyjała realizacji marzeń o konsumpcji i idealnym wyglądzie. W Polsce Ludowej, w czasie permanentnych niedoborów, konsumpcyjny styl życia, nawet w dekadzie Gierka, miał inny wymiar.

Barbie była wtedy jedynie emanacją Ameryki, Zachodu, luksusu, bytem z innej planety, planety, która miała wprowadzić swoje peerelowskie przedstawicielstwa w postaci sklepów dewizowych, lecz wydawała się bardzo, bardzo daleko.

Jak ważną postacią była Barbie dla dzieci w tamtym okresie, świadczą liczne nostalgiczne wpisy internetowe, w których niemal zawsze Barbie występuje razem z Peweksem. Jeśli nawet lalka była prezentem przysłanym z Zachodu, to jednak jej posiadanie wymuszało częste odwiedziny w Peweksach w celu uzupełnienia garderoby, zakupu innego modelu lub po prostu towarzyskich odwiedzin w świecie Barbie.

O, ja doskonale pamiętam Peweksy (u mnie w mieście był aż jeden :p) i moje pragnienie posiadania prawdziwej Barbie. Kiedyś nawet pisałam w liście do Mikołaja, że chcę pod choinkę dostać Barbie, Fleur, Dianę lub Jennefer<sup>517</sup>.

Ooooj, pamiętam te czasy. Do Peweksu chodziło się jak do muzeum i ten nie do opisania zapach... przyjemny, specyficzny zapach Zachodu uderzający zaraz przy wejściu, ah!<sup>518</sup>

Achhhh, ten zapach, w moim Peweksie pachniało mieszanką kawy, słodczy, owoców (od tych wszystkich zagranicznych soków oczywiście!), perfum oraz nowych materiałów i plastiku – zapach dobrobytu i dobrej jakości rzeczy po prostu... jedna z moich zapudełkowanych Fleurek do dzisiaj zachowała ten zapach, jest już bardzo delikatny, ale nadal wyczuwalny! Czasami otwieram to pudełko, jak nikt nie patrzy<sup>519</sup>.

<sup>517</sup> Shi4, komentarz do wpisu *Miesiąc nostalgii i wspomnień z Peweksu* na blogu poświęconym lalkom Fleur i Barbie *Fleur Makes Your Dreams Come True!*, [online] <https://fleurdolls.wordpress.com/2011/01/02/month-of-nostalgia-%E2%80%93-miesiac-nostalgii-i-wspomnien-z-peweksu/>, dostęp: 18 III 2015.

<sup>518</sup> MissFoch, *ibidem*.

<sup>519</sup> Fleurdolls, *ibidem*.

Ale marzeniem każdej dziewczynki była ona – Barbie. Dobrze, gdy miało się wujka za zachodnią granicą, który mógł przywieźć taki prezent. Reszta mogła kupić Barbie tylko w Peweksach – sklepach z zachodnim towarem za dolce. Lalka nie była tania, kosztowała gdzieś 1/4 przeciętnej pensji. No i trzeba było zdobyć obcą walutę. Chyba nie można wyobrazić sobie większego zawodu dla dziecka, gdy kochający rodzice, chcąc zrobić prezent gwiazdkowy dla swojej pociechy, wracali z Peweksu z wielkogłową Fleur – holenderskim barbiowym klonem. Bo wymarzona była ta jedna – platynowowłosa, niebieskooka, uśmiechnięta lalka o ciele dorosłej kobiety<sup>520</sup>.

Pamiętam te wyprawy do Peweksu, podglądanie nowych kreacji, przeliczanie kieszonkowego i marzenie, by pod choinkę dostać meble do domku dla lalek<sup>521</sup>.

Dzieci marzyły o zabawkach, młodzież o ubraniach, dorośli o sprzęcie czy zachodnich przysmakach. „Peweksowska moda, czyli dzinsy, kurtki i koszulki trykotowe znanych marek zachodnich, była marzeniem każdego nastolatka, tak jak prawdziwa, aromatycznie pachnąca kawa marzeniem jego rodziców”<sup>522</sup> – pisze Anna Pelka, cytując również wspomnienia Andrzeja Stasiuka o Peweksie: „Lubiłem atmosferę Peweksów. To był elegancki świat. (...) Wchodziło się i głupiało. Same cuda. Jak na amerykańskim filmie. Gordon, Walker, Napoleon, koronkowe majtki, kobiety w ondulacjach, mężczyźni w skórach. Człowiek czuł się onieśmielony jak jakiś Janko Muzykant”<sup>523</sup>.

Przez cały okres Polski Ludowej sklepy dewizowe miały się znakomicie. W roku 1989, tuż przed transformacją, w całym kraju działało ponad 800 sklepów pod szyldem Peweksu i 260 pod szyldem Baltony. Wolny rynek zweryfikował zasadność funkcjonowania Peweksu, który od 1990 roku radził sobie coraz gorzej, aby w końcu w roku 2003 zniknąć zupełnie

<sup>520</sup> *Barbie kontra Fleur*, Szczecińskie lata w późnej PRL, 16 VII 2011, [online] <http://wspomnienieiprl.blogspot.com/2011/07/barbie-kontra-fleur.html>, dostęp: 18 III 2015.

<sup>521</sup> M. Drzewiecka, *Rozliczenie z lalką Barbie*, Psychologia-Społeczna, 30 VII 2014, [online] <http://www.psychologia-spoleczna.pl/felietony/106-drzewo-rozmaitosci/1656-rozliczenie-z-lalka-barbie.html>, dostęp: 18 III 2015.

<sup>522</sup> A. Pelka, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2007, s. 152-153, *W Krainie PRL*.

<sup>523</sup> A. Stasiuk, *Jak zostałem pisarzem (próba autobiografii intelektualnej)*, Wydawnictwo Czarne, Czarne 1998, s. 17, cyt. za: A. Pelka, *Teksas-land...*, s. 153.

z rynku. Baltona, której tradycje są nieco bogatsze, znalazła swoje miejsce, stając się jednym z kluczowych graczy w obszarze handlu wolnościowego. Oba te sklepy jednak zajmują istotną pozycję w pamięci Polaków, stały się symbolami i ważnymi elementami kulturowymi Polski Ludowej, które niewątpliwie wpłynęły, i był to efekt przez władze nieprzewidziany, na aspiracje życiowe Polaków. Kontrast między Peweksami a zwykłymi polskimi sklepami był tak wyrazisty, że Polacy nie mieli najmniejszych wątpliwości, w jakim kierunku chcą podążać, mimo starań i zapewnień władz, że „Polska rośnie w siłę, a Polakom żyje się dostatniej”<sup>524</sup>.

## 6.2. KINO – POZORY NORMALNOŚCI

Wraz z otwarciem się na zachodnie dobra konsumpcyjne, w bardzo jednak ograniczonym zakresie, ekipa gierkowska starała się także zapewnić rozrywkę w bardziej zachodnim stylu. W latach 70. kina zdecydowanie urozmaiciły swoją ofertę poprzez umieszczenie w niej większej liczby amerykańskich filmów, niż to miało miejsce za panowania Gomułki. Były to też obrazy bardziej zróżnicowane gatunkowo oraz, co może najważniejsze, dystrybuowane w Polsce z nie tak dużym opóźnieniem, jak to się działo jeszcze w latach 60. Obowiązywała pewna generalna zasada, że większość hollywoodzkich filmów prezentowano w polskich kinach około dwóch lat po ich amerykańskiej premierze. Mowa tu o regularnej dystrybucji kinowej. Nowsze obrazy prezentowano na corocznym święcie kina - Konfrontacjach Filmowych<sup>525</sup>. W normalnej dystrybucji kinowej zdarzały się również produkcje starsze, jak chociażby wspomniany już *Buntownik bez powodu*. W latach 70. nie zaprzestano pokazywania amerykańskich westernów, choć nie było ich już tak wiele jak w poprzedniej dekadzie. Warto wspomnieć produkcje z lat 70.: *Joe Kidd* (1972) w reżyserii Johna Sturgesa, *Sędzia z Teksasu* (*The Life and Times of Judge Roy Bean*; 1972) Johna Hutsona czy *Mściciel* (*High Plains Drifter*; 1973) Clinta Eastwooda. W kinach pokazywano także powstałe wcześniej klasyki, mimo wieku wciąż cieszące się zainteresowaniem widzów.

<sup>524</sup> Słynne hasło gierkowskiej propagandy.

<sup>525</sup> Konfrontacje Filmowe – przeglądy filmów organizowane od drugiej połowy lat 60. Początkowo w Warszawie, potem także w innych miastach. Podczas dwóch tygodni konfrontacji widzowie mogli zapoznać się najnowszymi produkcjami światowej kinematografii.

W Polsce Ludowej programy kin nie były poddane dyktatowi nowości i premier, układane były w sposób niecykliczny i raczej bez specjalnej marketingowej logiki. Niemniej jednak w latach 70. w dystrybucji znalazły się również takie oskarowe hity, jak *Ojciec Chrzestny* (1972) w reżyserii Francisca F. Coppoli, *Żądło* (1973) George'a Roya Hilla czy *Lot nad kukułczym gniazdem* (1975) w reżyserii Miloša Formana, a także filmy kultowe, jak *Love Story* (1971) w reżyserii Arthura Hillera czy *Gorączka sobotniej nocy* (1977) w reżyserii Johna Badhama. Oglądano również filmy przygodowe, na przykład osadzone w wojennych realiach, a będące amerykańsko-jugosłowiańską koprodukcją *Złoto dla zuchwałych* (1970) Briana G. Huttona, czy pierwsze filmy Stevena Spielberga: *Pojedynek na szosie* (1971), *Szczęki* (1975) czy *Bliskie spotkania trzeciego stopnia* (1977).

Warto też wspomnieć o *Gwiezdnym wojnach* – kinowym serialu wszechczasów, którego pierwsza część<sup>526</sup> *Nowa nadzieja* miała polską premierę w maju 1979 roku. *Gwiezdne wojny* jako sztandarowy przykład kina nowej przygody nadały inny wymiar aktywności odbiorczym, które na świecie wychodziły daleko poza kino. Trudno dziś jednoznacznie stwierdzić, na ile mocno Polacy uczestniczyli w latach 70., a potem 80., gdy pokazano kolejne dwie części sagi – *Imperium kontratakuje* i *Powrót Jedi* – w „rozszerzonym wszechświecie”, jaki przemysł kulturowy zbudował wokół gwiazdnej sagi. Dostępność licencjonowanych komiksów, filmów czy gadżetów była jednak w PRL bardzo ograniczona. Wiadomo jednak, że już pierwsza część *Gwiezdnym wojen* zebrała w Polsce liczną grupę fascynatów, a przedsiębiorcza prywatna inicjatywa wypuściła na rynek figurki filmowych postaci, niezwykle szpetoty i bez licencji, co jednak nie przeszkadzało nabywającym je miłośnikom filmu.

Piotr Siuda dowodzi, że miłośnicy fantastyki, w tym także opowieści takich jak *Gwiezdne wojny*, stworzyli liczną i prężnie działającą grupę fanowską, której centralnym tekstem i punktem odniesienia była „Fantastyka”, magazyn wydawany od 1982 roku, publikujący teksty, głównie literackie lub felietony i recenzje, poświęcone szeroko pojętej fantastyce. Siuda twierdzi nawet, że poprzez swoje zainteresowania i aktywności

<sup>526</sup> Pierwsza w chronologii powstawania – w porządku fabularnym sagi część czwarta.



z nimi związane miłośnicy fantastyki stworzyli formę oporu wobec systemu politycznego<sup>527</sup>.

Przyglądając się dalej sprowadzonym do Polski w latach 70. tytułom amerykańskich produkcji, trudno uniknąć wrażenia, że osoby decyzyjne bardzo starannie weryfikowały treść i wymowę tych filmów. Znaczącą ich część bowiem stanowiły obrazy bądź to krytyczne wobec Ameryki, bądź kwestionujące amerykańskie wartości. Nie było o to zresztą trudno, bo akurat lata 70. w amerykańskiej kinematografii obfitują w produkcje bardziej refleksyjne wobec amerykańskiej rzeczywistości. Wystarczy wymienić kilka, by dostrzec pewną przemyślaną strategię w doborze filmów prezentowanych w polskich kinach: *Taśmy prawdy* (1971) w reżyserii Sidneya Lumeta i *Rozmowa* (1974) Francisca F. Coppoli, oba filmy poruszające problem inwigilacji społeczeństwa, co w kontekście afery Watergate nabierało szczególnej wymowy. Film *Taka była Oklahoma* (*Oklahoma Crude*) w reżyserii Stanleya Kramera nagrodzony na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Moskwie, to historia samotnej kobiety broniącej przed zachłannością koncernów naftowych swego kawałka ziemi. *Pięć łatwych utworów* (*Five Easy Pieces*; 1970) w reżyserii Boba Rafelsona to film o uciekinierze z wygodnego i wyizolowanego świata dostatku, a *Śmiercionośny ładunek* (1972) George'a Scotta opowiada z kolei historię młodego nonkonformisty zbuntowanego przeciwko kulejącemu porządkowi otaczającej go rzeczywistości. *Rodeo* (J.W. Coop; 1972) w reżyserii Cliffa Robertsona jest obrazem, w którym reżyser, kontynuując pewne westernowe wątki, przenosi je na współczesną amerykańską prowincję, by pokazać brutalność życia i obyczajów w Stanach Zjednoczonych. *Zachłanne miasto* (*Fat City*; 1972), bokserki dramat Johna Hustona, opowiada o życiu na społecznym marginesie i porusza temat zatracania wartości w schlebającym miernocie świecie, zaś *Syndykat zbrodni* (*Parallax View*; 1974) w reżyserii Alana J. Pakuli to dramat polityczny, jeden z wielu powstałych w tym czasie w Stanach Zjednoczonych spiskowych filmów opowiadających o ciemnych siłach rządzących amerykańską polityką. Również filmy opowiadające

<sup>527</sup> P. Siuda, *In Pursuit of Pop Culture: Reception of Pop Culture in the People's Republic of Poland as Opposition to the Political System – Example of the Science Fiction Fandom*, „European Journal of Cultural Studies” 2014, vol. 17, no. 2, s. 187-208, [online] <http://dx.doi.org/10.1177/1367549413508100>, dostęp 18 VI 2015.

o amerykańskiej młodzieży w czasach kontrkulturowej rewolucji nie pokazywały Ameryki wolnej i otwartej, jak *Znikający punkt* (*Vanishing Point*; 1971) Richarda Sarafiana czy *Swobodny jeździec* (*Easy Rider*; 1969) Denisa Hoppera, który nie trafił do powszechnego obiegu i pokazywany był jedynie w ramach spotkań DKF-ów, za to szeroko pisano o nim w prasie filmowej. Filmy te prezentowały dość ponury obraz amerykańskiego społeczeństwa, za to koncepcja filmu drogi i bohaterowie uwodzili – młodzi, zbuntowani, ceniący sobie wolność i własną podmiotowość.

Warto w tym miejscu wspomnieć o polskim filmie inspirowanym *Swobodnym jeźdźcem*, filmie, który również nigdy nie trafił do powszechnej dystrybucji. *Pięć i pół bladego Józka* (1970) to obraz wyreżyserowany przez Henryka Klubę, do którego scenariusz napisał jeden z polskich beatników – Wiesław Dymny. Utrzymany w konwencji ballady film nie jest arcydziełem, niektórzy uznają go za typowy produkcyjniak – gatunek realizujący założenia poetyki realizmu socjalistycznego, poświęcony tematowi socjalistycznej przebudowy kraju – ponieważ moralizatorstwo podszyte ideologią jest w nim dość nachalne. Opowiada historię młodego dziennikarza, który ma napisać artykuł o bandzie terroryzującej małe prowincjonalne miasteczko. Banda jest dość nietypowa, jest to bowiem grupa młodych mężczyzn poruszających się na motocyklach, będących zresztą oryginalnymi harleyami davidsonami. Przy pomocy jednej z członkiń gangu udaje się bohaterowi wprowadzić w miasteczku porządek, a członków gangu przekonuje do zakończenia zbrodniczego procederu, odwrócenia się od swego przywódcy Basiora i rozpoczęcia przyzwoitego życia. Zarzucano filmowi również oderwanie od polskich realiów. Motocykle, które grają w filmie, nie były w Polsce spotykane tak po prostu na ulicy, i to na dodatek w prowincjonalnych miasteczkach. Niewątpliwie jednak Klubę odwołał się tu dość wyraźnie do wyobrażeń motocyklistów propagowanych przez amerykańską kulturę popularną, czyniąc bohaterem swego filmu gang motocyklowy. Anna Pelka zauważa:

Film Hoppera stał się dla młodych ludzi manifestem wolności oraz tolerancji wobec odmienności, a w podobny sposób można chyba rozumieć słowa bohaterki filmu Klubę, Katarzyny (w tej roli Anna Dymna), trzymającej z grupą harleyowców: „Dlaczego ty musisz mówić, że kilku ludzi trochę inaczej ubranych, inaczej myślących i inaczej postępujących to już banda? Dlaczego jeśli ktoś inaczej chodzi, mówicie:

kulawy; inaczej śpiewa, mówicie: wyje, inaczej tańczy, mówicie paralyk, ma inne włosy: mówicie: brudna małpa. Dlaczego dla was człowiek to kapelusz i garnitur?” Film, odwołujący się w dużym stopniu do stylistyki hipisowskiej, został pocięty przez cenzurę (...)<sup>528</sup>.

Grażyna Stachówna dowodzi wręcz, że „PRL-owscy decydenci wystraszyli się (...) »Błatego Józka i jego kompanów«, nie pozwolili dokończyć filmu i skazali go na półkę. Wkrótce w tajemniczych okolicznościach, zapewne za sprawą Służby Bezpieczeństwa, znikła duża część gotowych materiałów”<sup>529</sup>. Władze obawiały się, że idolami widzów mogą zostać, wbrew prawomyślnemu przecież przesłaniu filmu, właśnie wywrotowcy na amerykańskich motocyklach.

Mimo że z całego okresu Polski Ludowej w latach 70., a szczególnie w ich pierwszej połowie, zakupiono i pokazano Polakom najwięcej amerykańskich produkcji, to dobierano je z dużą rozważą, tak aby pokazać sporo ciemnych stron Ameryki. Warto zdać sobie jednak sprawę z tego, że choć były to rzeczywiście najobfitsze w amerykańskie filmy lata, to rocznie pokazywano ich wtedy zaledwie kilkanaście, a repertuar kin był narodowościowo bardzo zdywersyfikowany i składał się nie tylko z filmów produkcji zachodnioeuropejskiej: włoskich, francuskich, brytyjskich, szwedzkich, niemieckich czy duńskich, filmów kinematografii obozu wschodniego: czechosłowackich, NRD-owskich, bułgarskich czy rumuńskich, ale także filmów z krajów azjatyckich: Chin, Japonii, Indii, czy południowoamerykańskich: Brazylii lub Argentyny. Z oczywistych względów pokazywano wiele filmów produkcji radzieckiej. Największym jednak powodzeniem, mierzonym liczbą sprzedanych biletów i długością kolejek do kas, cieszyły się seanse, podczas których prezentowano filmy amerykańskie. Bilety na nie były przedmiotem obrotu czarnorynkowego. Przez wiele lat funkcjonowała w PRL-u instytucja tzw. konika, spekulanta, który wykorzystując znajomości, kupował większą liczbę biletów po normalnej cenie, a następnie odsprzedawał je widzom z dużym zyskiem. Mimo trudności ze zdobyciem biletów i ich wysokiej ceny ludzie chadzali na ten sam film czasami po kilkanaście razy.

<sup>528</sup> A. Pelka, *Z (politycznym) fasonem...*, s. 13.

<sup>529</sup> G. Stachówna, *Henryk Kluba – Mistrz filmowej ballady*, [w:] *Autorzy kina polskiego*, t. 2, red. G. Stachówna, B. Zmudziński, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2007, s. 146.

## 6.3. TELEWIZJA – W SŁUŻBIE PROPAGANDY SUKCESU

Ekranowe wizerunki Ameryki docierały też do Polaków dzięki telewizji. Początki telewizji polskiej sięgają lat 30. XX wieku. Zaawansowane już wtedy prace nad nowym medium przerwała wojna, lecz niemal zaraz po jej zakończeniu zostały wznowione. W efekcie podjętych działań z eksperymentalnego studia w Warszawie 25 października 1952 roku nadano pierwszy trzydziestominutowy program muzyczno-baletowy, który odbierany był przez zaledwie 24 odbiorniki telewizyjne marki Leningrad, znajdujące się w stołecznych świetlicach i klubach. To wydarzenie uznane zostało za początek polskiej telewizji<sup>530</sup>. W 1956 roku uruchomiono Warszawski Ośrodek Telewizyjny, a w kolejnych latach ośrodki regionalne w Katowicach, Poznaniu, Gdańsku, Szczecinie, Krakowie i Wrocławiu<sup>531</sup>. Gdy w 1957 roku wprowadzono obowiązek rejestracji odbiorników telewizyjnych, zanotowano, że w całej Polsce w tym właśnie roku było ich 22 142 sztuki<sup>532</sup>. Telewizor był wciąż rarytasem, luksusem i zbytkiem.

Program telewizyjny w Polsce kształtuje się przez pierwsze 4 lata wyłącznie w studio. Brak wozów transmisyjnych odsunął próby warsztatowe w zakresie programów publicystycznych (...). Dominują w programie przez dłuższy czas formy teatralne. Najpierw są to przeniesione do studia fragmenty sztuk teatralnych granych aktualnie w teatrach warszawskich. (...) Zaczynają się też prawie od razu próby własnego warsztatu twórczego. Wśród nielicznych jeszcze własnych inscenizacji najwięcej jest form drobnych: skecze, farsy, dramaty jednoaktowe, oraz dość wcześnie podjęte adaptacje epiki literackiej (...) <sup>533</sup>.

Wśród tych pierwszych realizacji znalazł się spektakl *Mordercy* na podstawie prozy Ernesta Hemingwaya w reżyserii Konrada Swinarskiego, wyemitowany w październiku 1955 roku.

Niemal od początku telewizja polska to telewizja z aspiracjami, mająca poczucie misji, a za tworzenie jej oferty odpowiedzialni byli ludzie

<sup>530</sup> D. Michalski, *To była bardzo dobra telewizja*, cz. 1: *Misja emisji*, Wydawnictwo MG, Warszawa 2012, s. 19.

<sup>531</sup> M.A. Adamska, J. Polak, *op. cit.*, s. 49.

<sup>532</sup> Za: P. Wert, *Program telewizyjny. Jego funkcje i formy*, [w:] *Kino i telewizja*, red. B. Lewicki, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1984, s. 189.

<sup>533</sup> *Ibidem*.

teatru. Dzięki sztukom realizowanym przez powstały w 1953 roku Teatr Telewizji Polacy mogli zapoznać się z wybitnymi dziełami literatury światowej w przednich adaptacjach najwybitniejszych reżyserów tamtych czasów, Erwina Axera, Adama Hanuszkiewicza, Kazimierza Dejmka, Zygmunta Hübnera, Lidii Zamkow, Konrada Swinarskiego, Andrzeja Wajdy, Tadeusza Kantora, Jerzego Antczaka i wielu innych<sup>534</sup>. Teatr Telewizji to repertuar ambitny, sztuka wysoka, która dzięki nowemu medium zyskała masowy zasięg. W repertuarze poniedziałkowego Teatru Telewizji znalazły się także, choć niezbyt liczne, utwory amerykańskich autorów: *Szklana menażeria* Tennessee Williamsa w reżyserii Jerzego Antczaka (1963), *Arszenik i stare koronki* Josepha Kesselringa w reżyserii Macieja Englerta (1975), dwie sztuki Arthura Millera: *Czarownice z Salem* w reżyserii Zygmunta Hübnera (1979) i *Śmierć komiwojażera* w reżyserii Kazimierza Karasza (1980)<sup>535</sup>.

Do dużo częstszych spotkań z amerykańską kulturą dochodziło za pośrednictwem Teatru Sensacji i Fantastyki, znanego powszechnie jako *Kobra*. To jedna z wielu scen tematycznych Teatru Telewizji, które zaczęły powstawać w kolejnych latach działalności Telewizji Polskiej<sup>536</sup>. „*Kobra* jest dzieckiem popaździernikowej odwilży. Władze przybrały liberalny kurs i zrehabilitowały zabronione w czasach stalinizmu gatunki kultury popularnej. Także literaturę sensacyjną i fantastyczną, której adaptacje stały się fundamentem telewizyjnego Teatru Sensacji i Fantastyki”<sup>537</sup>. Wśród przedstawień emitowanych w ramach Teatru Sensacji znalazło się wiele dzieł autorów anglosaskich, zarówno brytyjskich, jak Agatha Christie czy Arthur Conan Doyle, jaki i polskich piszących pod angielskimi pseudonimami, którzy lokowali akcję swoich historii w zachodniej, głównie brytyjskiej rzeczywistości – Maciej Słomczyński jako Joe Alex czy Andrzej Szczypiorski jako Maurice S. Andrews.

Warto zauważyć, że w latach 60. dla polskich elit intelektualnych, a to elity tworzyły polską telewizję, kultura amerykańska nie była, może poza jazzem, specjalnie interesująca. Patrzono i inspirowano się raczej bardziej

<sup>534</sup> M.A. Adamska, J. Polak, *op. cit.*, s. 51-52.

<sup>535</sup> D. Michalski, *op. cit.*, s. 100-101.

<sup>536</sup> *Ibidem*, s. 65.

<sup>537</sup> C. Polak, *Dyskretny urok mrugającego węża*, „Dziennik Gazeta Prawna” 2009, 1 X, cyt. za: D. Michalski, *op. cit.*, s. 229.

w powszechnym mniemaniu ambitną kulturą zachodnioeuropejską: francuską, brytyjską, włoską. Wśród adaptacji amerykańskich autorów należy wymienić zrealizowaną w 1964 roku sztukę *Pomyłka, proszę się wyłączyć* na podstawie tekstu Lucille Fletcher w reżyserii Jerzego Gruzdy, *Za kurtyną* na podstawie powieści Earla Derr Biggersa z roku 1973 czy zrealizowaną w 1978 roku przez Marka Piwowskiego sztukę *Kłopoty to moja specjalność* na podstawie tekstu Raymonda Chandlera. Wśród kilkuset spektakli *Kobry* nie było wielu adaptacji oryginalnych tekstów – głównie z powodu finansowej niemożności opłacenia w twardej walucie praw autorskich<sup>538</sup>.

Jednak Teatr Sensacji właśnie w latach 60. zapewniał Polakom rozrywkę, jakiej potrzebowali – dobrze opowiedzianą, emocjonującą, trzymającą w napięciu, z wartką akcją i także w wielu przypadkach ułożoną w świecie, o którym marzyli. Telewizja odtwarzała na miarę swoich możliwości rzeczywistość Zachodu. Cezary Polak nazywa *Kobrę* erzacem prawdziwych kryminalnych historii dziejących się w Ameryce lub Europie Zachodniej, których wtedy znowu ze względu na brak dewizowych funduszy telewizjowicze nie mogli oglądać. „Wielkie gwiazdy peerelowskiego kina i teatru w rolach kapitalistycznych policjantów i bandytów, warszawska starówka udająca latynoską metropolię i herbata w butelkach po whisky. Historia *Kobry* to dzieje erzacu. I jak często bywa w dziejach kultury, erzac okazał się równie dobry jak oryginał, który imitował”<sup>539</sup>. Rzeczywiście przedstawienia Teatru Sensacji były znakomicie zrealizowane i uwielbiane przez widzów.

*Kobra* najbardziej popularna była w latach 60., kiedy Telewizja Polska emitowała niewiele programów zachodniej produkcji. Spowodowane to było mniej względami ideologicznymi, a bardziej wspomnianymi wyżej kosztami związanymi z zakupem praw do emisji. Choć jak twierdzi Henryk Bieniewski: „Poczynając od lat sześćdziesiątych, upolitycznienie telewizji było ogromne, by nie rzec – pełne. Miało ono charakter zróżnicowany: całkowicie podporządkowane polityce PZPR były wiadomości i publicystyka, w mniejszym stopniu filmy i programy rozrywkowe, a Teatr Telewizji był stosunkowo najmniej skrępowany tym gorsetem: przy czym

---

<sup>538</sup> Michalski dowodzi, że władza Gomułki uważała wydatki dewizowe na dobra kultury za „nuworyszowską rozrzutność” i dlatego prawa autorskie w PRL-u nie były przestrzegane i nikt się nimi specjalnie nie przejmował. Zob.: D. Michalski, *op. cit.*, s. 230-231.

<sup>539</sup> C. Polak, *op. cit.*

najmniej nie znaczy wcale”<sup>540</sup>. Bieniewski tłumaczy, że unikanie kłopotów z władzą polegało głównie na zachowaniu „czujności ideologicznej”, czyli pełnym wyczuciu, co kiedy można, a kiedy i czego nie wolno<sup>541</sup>, lecz przyczyna nikłej reprezentacji zachodnich produktów telewizyjnych leżała niewątpliwie w ekonomii.

W latach 70., gdy telewizyjna technologia nabrała pewnego wysublimowania, gdy telewizory stawały się powoli wyposażeniem obowiązkowym każdego polskiego domu, nowa władza uczyniła z telewizji tubę do głoszenia „propagandy sukcesu”. Niewątpliwie dekada Gierka była też dekadą telewizji, ale już odmiennej od tej z lat 60. Zdecydowanie mniej elitarnej, a nastawionej bardziej na masowego odbiorcę.

W latach gierkowskich telewizja zajęła się nie tylko nachalną reklamą władzy (...). Również wydatnie obniżyła poziom, aby zbliżyć się do mas. Rzeczy wartościowe stawały się rodzynkami rozsianymi w wielkim gniocie. (...) Masom nikt już nie miał zawracać głowy teatrem, poezją i takimi tam rzeczami. (...) I co więcej – im gorzej szło partii zaopatrywanie ludności w żywność, odzież, papier toaletowy i wszystko inne, tym mniej była pryncypialna w kwestii godziwej oferty kulturalnej. Po prostu postanowiła z braku chleba dać igrzyska i w telewizji zaczęto serwować zachodnie seriale o żadnych walorach artystycznych, płaskie i głupie, które dotąd wyszydzano jako ofertę kulturalną dla mas właściwą krajom burżuazyjnym<sup>542</sup>.

Swoją atrakcyjność stracił nawet Teatr Sensacji, szczególnie w pierwszej połowie lat 70., gdy w telewizji zaczęto emitować amerykańskie seriale kryminalne *Alfred Hitchcock Przedstawia*, *Kojak*, *Columbo*<sup>543</sup>. Częściej też pokazywano amerykańskie filmy kryminalne lub thrillery, głównie w tzw. kinie nocnym. Polski widz dostał więc oryginalną Amerykę, a nie tę w opakowaniu zastępczym, choć świetnym i nadzwyczaj trwałym, jakim była *Kobra*.

<sup>540</sup> Wypowiedź Henryka Bieniewskiego, znawcy teatru, szefa Teatru Telewizji w latach 1968-1975, za: D. Michalski, *op. cit.*, s. 72.

<sup>541</sup> *Ibidem*, s. 73.

<sup>542</sup> T. Bogucka, *Triumfujące profanum. Telewizja po przełomie 1989*, wybór E. Czerwińska, R. Lis, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2002, s. 19-20.

<sup>543</sup> D. Michalski, *op. cit.*, s. 238.

W drugiej połowie lat 70. *Kobra* powróciła w ciekawszej, bardziej eksperymentalnej odsłonie:

Słowo zaczęło tu brzmieć w sposób autentyczny, ruchliwa kamera filmowa, wyjście ze studia w plener; realistyczna scenografia lub naturalne wnętrza uwierzytelniło akcję. *Kobra* przestała być sztuczna, rozwlekła, teatralna. Nowy etap filmowej realistycznej *Kobry* telewizyjnej zainaugurował reżyser Witold Orzechowski znakomitym spektaklem *Osaczony* Michaela Careya (1976), nawiązując do konwencji wypracowanej przez gangsterski film amerykański, odwołując się do historii kryminałów filmowych, serii z Humphreym Bogartem i Ritą Hayworth<sup>544</sup>.

Również fabuły polskich produkcji kryminalnych tych czasów, takie jak *07 zgłoś się* w reżyserii Krzysztofa Szmagiera czy *Życie na gorąco*, którego reżyserem był Andrzej Konic, wzorowano na amerykańskich produkcjach, a postaci głównych bohaterów budowano w oparciu o zachodnie wzorce. I tak, główny bohater *Życia na gorąco*, grany przez Leszka Teleszyńskiego redaktor Maj, który ściga międzynarodową organizację przestępczą, był obwołany polskim Jamesem Bondem, superbohaterem serii filmów, które w Polsce były zakazane ze względu na zimnowojenne napięcie i fakt, że Bond w każdym filmie walczy z Rosją sowiecką.

Udawanie Ameryki czy Zachodu w polskich produkcjach przybierało często formę karykaturalną – tak właśnie było z *Życiem na gorąco*, które jak sugeruje Jacek Szczerba, można „dziś odbierać jako świadomy wygłup w stylu camp”<sup>545</sup>, ponieważ wszystko w nim było udawane i nierealne: „Z braku dolarów Bułgaria udawała Grecję, Francję i Amerykę Południową, Węgry zagrały Austrię, NRD – RFN i Szwajcarię, a Krym – Amerykę Południową. Na Zachodzie ekipa pracowała śladowo, a większość ujęć powstawała według schematu: podjazd pod zachodni hotel filmowany z wnętrza wozu, potem cięcie i jesteśmy we wnętrzu hotelu, gdzieś w Polsce albo w innym kraju demokracji ludowej”. Ludzie widzieli też, że fabuła w żaden sposób nie przystaje do realiów PRL-u, że historia jest nieprzekonująca, żeby nie powiedzieć głupia, ale mimo to oglądali serial z wypiekami

<sup>544</sup> G. Banaszkiewicz, „Życie Warszawy” 1978, cyt. za: D. Michalski, *op. cit.*, s. 238.

<sup>545</sup> J. Szczerba, *Redaktor Maj, czyli Bond PRL-u*, Ale Historia, dodatek „Gazety Wyborczej” 2015, 4 IV, [online] [http://wyborcza.pl/alehistoria/1,144528,17701170,Redaktor\\_Maj\\_czyli\\_Bond\\_PRL\\_u.html](http://wyborcza.pl/alehistoria/1,144528,17701170,Redaktor_Maj_czyli_Bond_PRL_u.html), dostęp: 15 V 2015.



na twarzy. „Dlaczego tak się działo?” – zapytuje Szczerba – i sam sobie odpowiada: „Bo ludzie byli spragnieni obrazu Zachodu, który tak słabo wtedy znali. Więc fascynowała ich nawet jego namiastka”<sup>546</sup>.

Zadęcie, z jakim zrealizowano *Życie na gorąco*, było charakterystyczne dla telewizji polskiej lat 70., której szefem od 1972 roku był zaufany człowiek Edwarda Gierka Maciej Szczepański. Szczepański „otrzymał odpowiednie fundusze w dewizach, by kupić w krajach kapitalistycznych nowe kamery, nowoczesną aparaturę, rozbudować studia i zwiększyć liczbę etatów. Wszystko po to, żeby zgodnie z uchwałą Komitetu Centralnego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej (KC PZPR) telewizja mogła stać się głównym medium »umacniającym zaufanie społeczeństwa do partii i władzy ludowej«”<sup>547</sup>.

Na tym wsparciu finansowym skorzystali również widzowie, dla których Szczepański robił telewizję w zachodnim stylu – nie tylko produkował seriale, w tym tak kultowe, jak *Czterdziestolatek*, ale „zadbał też, by w jego telewizji królowała rozrywka wzorowana na zachodniej. Dowodem otwarcia na świat okazało się kierowane przez Mariusza Waltera »Studio 2«. Nadawane zwykle w wolne soboty było maratonem programów rozrywkowych pokazywanych na żywo, przeplatanych interesującymi filmami”<sup>548</sup>. To właśnie w *Studiu 2* pokazywano amerykańskie filmy i seriale.

Warto jednak podkreślić, że nawet w tych najtłuszcieszych latach Polski Ludowej, również latach największego otwarcia na Zachód, podobnie jak w przypadku kina także w telewizji amerykańskich produktów było bardzo niewiele. Mówimy o jednym-dwóch filmach oraz jednym odcinku serialu tygodniowo. Zachodnia rozrywka nawet w czasach Gierka była, ze względu na koszty, dawkowana bardzo umiarkowanie, za to siła oddziaływania tych produkcji była nadzwyczajna. „Seriale nam (...) reglamentowano – przede wszystkim otrzymywaliśmy je pojedynczo i w najlepszym czasie antenowym. Toteż ich bohaterowie kolejno monopolizowali naszą wyobraźnię zbiorową, stawali się tematem rozmów domowych i biurowych”<sup>549</sup>.

<sup>546</sup> *Ibidem*.

<sup>547</sup> A. Krajewski, *Krwawy Maciek z telewizji*, „Newsweek” 2011, 13 I, [online] <http://historia.newsweek.pl/krwawy-maciek-z-telewizji.70368,1,1.html>, dostęp: 17 V 2015.

<sup>548</sup> *Ibidem*.

<sup>549</sup> T. Bogucka, *op. cit.*, s. 167.

Jednym z pierwszych amerykańskich seriali emitowanym w polskiej telewizji był *Doktor Kildare*, wyprodukowany na początku lat 60. Tytułową rolę oddanego pacjentom medyka grał superprzystojny Richard Chamberlain, wówczas jeszcze nikomu nieznany młody aktor, który podbił serca wielu Polek. Również młodzież mogła oglądać serialowe historie nakręcone przez studio Disneya na przykład słynny wtedy *Zorro*. Prócz wspomnianych już serii kryminalnych *Kojak* czy *Columbo* Polacy fascynowali się urodą i sprawnością *Aniołków Charliego*. Przeżywali emocjonujące przygody na Dzikim Zachodzie wraz z bohaterami niezwykle popularnej *Bonanzy*. Ważny dla młodzieży lat 70. stał się serial science fiction *Kosmos 1999*, który zachwycał wtedy absolutnie futurystycznymi światami i postaciami. Rok 1999 wydawał się tak odległy, a rzeczywistość serialowa tak różna od tej za oknem.

Oprócz tych typowo gatunkowych seriali pokazano też polskim widzom wybitne dzieła amerykańskich produkcji serialowych, jak *Korzenie* czy *Pogoda dla bogaczy* zaprezentowana w roku 1979 w wersji dubbingowanej. Obie produkcje były adaptacjami literackimi powieści uznanych autorów, odpowiednio Alexa Haleya oraz Irwina Shaw. Miniserial *Korzenie*, będący filmową sagą rodu niewolnika Kunta Kinte, zwanego przez swoich białych właścicieli Tobim, pokazaną na tle amerykańskiej historii, wzbudził ogromne zainteresowanie Polaków, a postać głównego bohatera zaistniała w polskiej kulturze i wygenerowała wiele intertekstualnych odniesień w języku czy dowcipach. Prócz seriali amerykańskich pokazywano także produkcje angielskie: *Saga rodu Forsythów*, *Saga rodu Paliserów*, *Rewolwer i melonik* czy znakomity *Ja, Klaudiusz*, oraz francuskie, na przykład serię o Arsènie Lupinie – włamywaczu o nienagannych manierach. Oferta programowa w tym zakresie była uzupełniana serialami polskimi oraz tymi powstałymi w krajach demokracji ludowej. Były wśród nich takie, które zyskały ogromną popularność i status serialu kultowego, żeby przywołać przykład czechosłowackiego *Szpitala na peryferiach*.

W latach 70. telewizja dla władz odgrywała ważną rolę propagandową, lecz dla zwykłych Polaków stała się swego rodzaju opaską jednoczącą społeczeństwo. Telewizor był w większości polskich domów, programy były zaledwie dwa, więc chcąc nie chcąc, wszyscy oglądali to samo, doświadczali podobnych emocji, konsumowali identyczne symbole i przekazywane za ich pomocą wartości. Ten rodzaj zuniformizowanego i zwektorowa-

nego przekazu sprawił, że telewizja łączyła ludzi towarzysko, dostarczała tematów do wspólnych dyskusji, zastąpiła też, co naturalne, inne formy spędzania wolnego czasu, choć nie na tyle, żeby ludzi zupełnie unieruchomić na kanapach.

W gruncie rzeczy, jeśli spojrzymy na ofertę telewizyjną tamtych lat, to warte oglądania były tylko niektóre pozycje. Telewizja lat 70., mimo że atrakcyjna w sensie rozrywkowym w porównaniu ze swoją bardziej elitarną wersją z lat 60., nie miała jednak mocy hipnotycznego działania swoim strumieniem, tak by widz nie mógł od niej oczu oderwać. Władze mimo wszystko starały się dbać także o misję i poziom kultury w społeczeństwie, dlatego serwowano nie tylko lekkostrawne, rozrywkowe produkty. Poza tym pamiętać należy o reżimowym oraz, co może najważniejsze, o swego rodzaju konformistycznym charakterze samego medium. Telewizja ze względu na instytucjonalny charakter i powiązanie z rozmaitymi siłami, władzą czy biznesem, nigdy i nigdzie nie była medium zbuntowanym, wręcz przeciwnie, po orwellowsku, znaczyła zawsze pewien sposób podporządkowania i kontroli. Teksty kultury amerykańskiej, które docierały do Polaków za jej pośrednictwem, choć pożądane i oczekiwane, nie budziły w odbiorcach postaw buntu czy niezgody. Wpisywały się raczej w ogólną, zaprogramowaną strategię budowania społeczeństwa konsumpcyjnego, a więc sytego i zadowolonego z siebie, i choć oferta dostępnych towarów była dalece niewystarczająca, to jednak Polacy dekady Gierka byli zadowoleni, czego wyrazem jest ogromna nostalgia za tym okresem<sup>550</sup>.

Rzeczywistość Ameryki czy Europy Zachodniej dawkowana Polakom za pomocą TV oraz kina, a także dzięki rozszczelnieniu granic była dostępna coraz większej liczbie obywateli. To sprawiło, że ludzie poznawali życie na Zachodzie, co z kolei wpłynęło na formowanie się w Polsce nowych wzorów życia. Zachód widziano więc przede wszystkim jako świat wszelkiego dostatku i bogatej konsumpcji. Marzenia o takim dostatku i takiej konsumpcji określały cele życiowe coraz większej liczby młodych<sup>551</sup>. Amerykańska kultura popularna w tym kontekście społeczno-ekonomicznym przestała służyć do znaczenia buntu, ewokowała jedynie marzenia

<sup>550</sup> P. Sasanka, *op. cit.*, s. 10.

<sup>551</sup> A. Friszke, *op. cit.*, s. 45.

związane z lepszym, wygodniejszym i nowocześniejszym życiem. Idea wolności zatraciła się gdzieś w tęsknocie za posiadaniem i wygodą.

#### 6.4. DISCO – MUZYKA W SŁUŻBIE KONSUMPCJONIZMU

Nawet muzyka młodzieżowa lat 70. nie wzywa do rebelii. Muzyka dyskotekowa, która zawładnęła wyobraźnią muzyczną i czasem wolnym młodych Polaków w latach 70., nie służyła do manifestów, lecz do dobrej zabawy. Pierwszą dyskotekę Polacy zawdzięczają znów Franciszkowi Walickiemu<sup>552</sup>, który w 1970 roku w sopockim Grand Hotelu otworzył słynną Musicoramę – profesjonalnie wyposażoną w sprzęt grający i światła, a prowadzoną przez wielkie nazwiska związane z promocją muzyki popularnej w Polsce, jak Piotr Kaczkowski czy Marek Gaszyński. Pod koniec lat 70. w Polsce było około 3000 dyskotek, które Polacy średnio rocznie odwiedzali 46 milionów razy<sup>553</sup>.

W dyskotekach puszczano głównie nagrania brytyjskich i amerykańskich artystów, rzadko jednak z oryginalnych płyt – te były bardzo drogie – a głównie z taśm nagranych z radia. Amerykański film w reżyserii Johna Badhama z roku 1977 *Gorączka sobotniej nocy*, który wszedł na polskie ekrany już w rok później, nie przyniósł mody na taniec dyskotekowy, ale na pewno go bardzo spopularyzował. Wielu młodych ludzi utożsamiało się z postacią Tony'ego Manero, którego grał John Travolta, przeżywał on bowiem emocje typowe dla młodzieżowego wieku – odrzucenie, wielkie marzenia, pierwszą miłość.

<sup>552</sup> Jan Yahu Pawul – jeden z pierwszych polskich DJ-ów – kwestionuje zasługi Walickiego w tym zakresie, twierdząc, że sam znacznie wcześniej prowadził dyskoteki. Pawul wysuwa też tezę o bliskiej współpracy Walickiego z najwyższymi władzami partyjnymi przy wszystkich inicjatywach związanych z promowaniem muzyki młodzieżowej, od jazzu, przez rock (big-beat), aż po disco, co zaprzeczałoby spontanicznemu, oddolnemu charakterowi tych przedsięwzięć, a potwierdzałoby teorię o celowej, sterowanej i w pełni kontrolowanej przez władze partyjne polityce kulturalnej, w której nie było miejsca na przypadki. Zob.: J. Yahu Pawul, *Musicorama – kreowanie fałszywych faktów czyli historyczne kłamstwo – Franciszka Walickiego!!*, DJ's/Deeyaye Dyskoteki z PRL, [online] <http://dyskoteki-deejaye-prl.blogspot.com/p/musicorama-kreowanie-faszowych-faktow.html>, dostęp: 27 V 2015.

<sup>553</sup> R. Waschko, *Polish Discos Report Finds Clubs Ailing*, „Billboard” 1981, 17 X, [online] <https://books.google.pl/books?id=GyQEAAAAMBAJ&pg=PT102&lpg=PT102&dq=Waschko+Roman,+Polish+discos+Report+Finds+clubs+Ailing&source=bl&ots=KATz6xsAEP&sig=NQdoQkKDRcUGkoolK1Vk42Xig9w&hl=pl&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMI1ser4GNyAIVCVgsChozFAh4#v=onepage&q=Waschko%20Roman%2C%20Polish%20discos%20Report%20Finds%20clubs%20Ailing&f=false>, dostęp: 28 V 2015.

Film ten jest niewątpliwie jednym z ważniejszych obrazów dla ludzi, których młodość przypadała na lata 70. Travolta był dla nich idolem, a muzyka zespołu Bee Gees, która tworzyła ścieżkę muzyczną filmu, była słuchana na okrągło. Travolta stał się niewątpliwie ikoną młodzieżowego buntu tamtych lat, ale nie był to bunt, który niepokoił władzę. Być może w czasach stalinizmu dyskoteki wywołałyby podobne reakcje partii jak to miało miejsce w przypadku bikiniarzy – dyskoteki wszak były produktem kultury Zachodu, choć w bywaniu w nich nie chodziło o nic więcej niż o dobrą zabawę i chwilę zapomnienia. A czy kolorowym, słuchającym jazzu bikiniarzom chodziło o coś więcej?

#### 6.5. W POSZUKIWANIU BUNTOWNIKÓW

Czy jednak rzeczywiście w latach 70. Polacy prezentowali wyłącznie postawy konformistyczne, nie szukali form wyrażenia niezgody na otaczającą rzeczywistość? Znany i utytułowany polski DJ Jan Yahu Paweł przekonuje, że takim ruchem oporu byli w Polsce DJ-e, którzy narażali się władzom swoimi zagranicznymi kontaktami, koniecznymi, by być na bieżąco z najnowszymi trendami i by zdobyć najnowsze nagrania, a także niekonwencjonalnym stylem życia. Jeśli nawet tak właśnie było, to dotyczyło to stosunkowo niewielkiej grupy, nic natomiast nie wiadomo na temat kontestujących postaw samych bywalców dyskotek.

Bardzo wyrazistymi buntownikami lat 70. byli wciąż polscy hipisi, nadal inspirujący się amerykańskim ruchem, którzy strojem i wyglądem budzili troskę wszystkich przedstawicieli systemu, od rodziców i nauczycieli począwszy, na władzach partyjnych i milicji skończywszy. Odrzucili oni, jak pamiętamy, zdobycze cywilizacji, nie interesowały ich, jak większości polskiego społeczeństwa lat 70., lodówki, samochody i telewizory. Zgodnie z zaleceniem jednego ze swoich przewodników duchowych woleli być, niż mieć. Zainteresowanie kulturą hipisowską znacznie wzrosło w właśnie w latach 70. i choć grupa zadeklarowanych hipisów była stosunkowo nieliczna, to jednak ideologia i kultura hipisowska znane były również w wersji zachodniej – z kina, magazynów młodzieżowych czy też z coraz częstszych wyjazdów młodzieży na Zachód. W efekcie bardzo wielu młodych ludzi sympatyzowało z hipisami i naśladowało ich wygląd

oraz niektóre aspekty stylu życia. Liczebna skromność ruchu hipisów wynikała z faktu, że

w systemie totalitarnym niewiele relatywnie osób mogło i decydowało się czynnie odrzucić narzucone role. Nawet ci, którzy twierdzili, że należą do owego ruchu – równolegle uczyli się w szkole (...) czy studiowali, a więc realizowali role wyznaczone im przez system. Ich przynależność do tego ruchu wyrażała się w ubiorze, spędzaniu wolnego czasu (siedzenie na placach, granie na instrumentach, swoista „bezczynność”), w organizowaniu „zjazdów” rozpędzanych zaraz przez milicję i traktowanych przez władze jako dewiacja zagrażająca prężnemu budowaniu drugiej Polski<sup>554</sup>.

Moda inspirowana hipisowskim wyglądem zdominowała polską ulicę lat 70. Mężczyźni, szczególnie młodzi, nosili dłuższe lub całkiem długie włosy oraz często brody. Dziewczyny zakładały długie, zazwyczaj kwiciaste spódnice lub, podobnie jak chłopcy, nosiły džinsy i trykotowe koszulki lub tuniki – zapanowała moda na unisex. Obie płcie zarzuciły elegancję na rzecz mniej formalnego, a czasami wręcz nieco niedbałego wyglądu. Jednak jak dowodzi Świda-Ziemia, nie tylko zewnętrzne atrybuty amerykańskiej kontrkultury przejęli młodzi Polacy – światopogląd hipisów był inspiracją dla całego pokolenia młodzieży, którego młodość przypadła na lata marcowe i epokę Gierka. „Wpływ hipisów należy mierzyć nie tyle upowszechnieniem ruchu jako takiego, ile wpływem istoty światopoglądu, na którym jest on oparty, na mentalny (bo nie zawsze werbalizowany) światopogląd pokolenia oraz – przyjętą dość powszechnie – hierarchię wartości”<sup>555</sup>.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują jednoznacznie, że mimo iż głównym hasłem epoki Gierka było „Bogaćcie się”, a prestiż społeczny i wysoki standard życia były wartościami silnie promowanymi, to nie były to wartości istotne dla młodzieży. Tylko niewielki procent badanych wskazywał na wysoki status materialny i społeczny jako ważne. Znakończona większość uznała system, w którym przyszło im żyć, za „niszczący podmiotowość jednostki”, odrzuciła jego podstawowe wartości, wciąż

<sup>554</sup> H. Świda-Ziemia, *op. cit.*, s. 500.

<sup>555</sup> *Ibidem*.

istotne dla starszego pokolenia: prestiż, pozycję społeczną, dobra materialne *etc.*, i za najważniejszą uznała podmiotowość, którą uzyskać mógł jedynie „spontanicznie wolny człowiek”. Dla niego zaś najistotniejsza była „kreacja własnego wewnętrznego świata” oraz budowanie dobrych związków z innymi ludźmi – „autentyczność”, „bunt”, „odnalezienie siebie”, „samorealizacja”, „ekspresja”, „wrażliwość” były przez młodzież szczególnie cenione<sup>556</sup>.

Okazało się, że powszechna pogoń za dobrami materialnymi i podnoszeniem standardu życia nie była dla tego pokolenia istotną wartością. Samorozwój duchowy, poszukiwanie wolności oraz wspólnotowość ważyły znacznie więcej. Świda-Ziemia tłumaczy to faktem względnego dobrobytu, w którym przyszło żyć tym młodym ludziom. Ich rodzice starali się zapewnić im wygodne i dostatnie życie, dlatego też „to, co w tym czasie stało się ważne dla młodzieży świata zachodniego – programowe odrzucenie systemu opartego na konsumpcji i dobrobycie – miało znaczenie dla kształtowania potrzeb i nastrojów także w Polsce”<sup>557</sup>.

Amerykańska kontrkultura zatem inspirowała również za żelazną kurtyną i choć trudno posądzać młodych Polaków o sympatię do Marksa czy Mao, to w podstawowych dążeniach, aspiracjach i marzeniach wykazywali oni wiele wspólnego z młodymi Amerykanami (Anglikami, Francuzami czy Niemcami) i chłonęli teksty kontrkultury – muzykę, modę, styl życia, dostosowując je jednak do możliwości i okoliczności. Wydaje się, że ta polska młodzieżowa kontestacja była wymierzona przeciwko polskiej wersji stabilizacji i dobrobytu, przeciwko rzeczywistości gierkowskiej Polski, zaś konsumpcja zachodniej, w tym amerykańskiej, kultury nie przeszkadzała im o tyle, że służyła właśnie do znaczenia tej niezgody. Płyty z zachodnią muzyką czy oryginalne ubrania, które pozwoliłyby wyrazić podmiotowość lub wywrotową postawę, nie były obciążone grzechem materializmu i konformizmu, choć ich nabycie wiązało się niejednokrotnie z ogromnymi kosztami.

W ramach podsumowania funkcji kultury amerykańskiej w Polsce lat 70. warto zwrócić uwagę na jej ambiwalentność. Z jednej strony amerykańska kultura w tej bardziej skomercjalizowanej, trywialnej wersji pro-

<sup>556</sup> *Ibidem*, s. 523.

<sup>557</sup> *Ibidem*, s. 495.

duktu przemysłu kulturowego zaczęła płynąć do Polski nieco szerszym strumieniem, zaspokajając przynajmniej częściowo oczekiwania polskich odbiorców, spragnionych mniej wysublimowanych treści niż te, które oferowała im na przykład polska telewizja lat 60. Dyskurs kultury popularnej nastawionej na rozrywkę wpisywał się w politykę władz, która zapewniała, że „ideał socjalistyczny nie oznacza krzewienia ascetyzmu, nie skłania do rezygnacji z wartości materialnych”<sup>558</sup>. Z drugiej zaś strony amerykańska kontrkultura, mająca niewątpliwie charakter oddolny, ale szybko zawłaszczona przez mechanizmy gospodarki kapitalistycznej, które dokonały jej utowarowienia, dostarczyła młodym Polakom narzędzi ekspresji ich własnej niezgody. W tym właśnie sensie Kamil Sipowicz wydaje się nie doceniać wpływu społecznego tej kultury na Polaków i na ich system wartości. Choć w gruncie rzeczy cała ekspresja młodzieńczego buntu lat 70. wpisuje się w dialektykę pokoleń, według której następujące po sobie generacje konkurują ze sobą poprzez wyznawanie sprzecznych wartości oraz swoistą narrację psychicznego rozwoju, zgodnie z którą buntujemy się za młodu, by w wieku dojrzałym stać się konformistami. Rodzicami młodzieży kontestującej w latach 70. byli ci, którzy w latach 50. i na początku 60. buntowali się przy jazzie, a potem rock’n’rollu.

Jak się wkrótce miało okazać, światopogląd młodych Polaków, zbudowany na nieufności wobec systemu, na kwestionowaniu wartości promowanych zarówno przez władze, jak i główny nurt kultury, znalazł umotygowanie w faktach. W czerwcu 1976 roku po ogłoszeniu podwyżek cen żywności przez władze „strajki i nieformalne przerwy w pracy ogarnęły (...) ok. 40 zakładów w 10 województwach. Fala strajkowa nie opadła nawet po odwołaniu podwyżek”<sup>559</sup>. W Ursusie i Radomiu, gdzie wystąpienia były najsilniejsze i najliczniejsze, doszło do starć protestujących z milicją. Zaczęły się aresztowania i represje. Bezpośrednią konsekwencją wydarzeń czerwcowych było ożywienie się opozycji, głównie wśród inteligencji i studentów. 23 września 1976 roku powstał Komitet Obrony Robotników (KOR), którego celem była pomoc prawna i materialna represjonowanym

---

<sup>558</sup> *Cele socjalistycznego wychowania młodzieży*, [w:] *Tezy programowe Komitetu Centralnego PZPR przyjęte przez VII Plenum. O aktywny udział młodego pokolenia w budowie socjalistycznej Polski – zadania partii, państwa i narodu w wychowaniu młodzieży*, [s.n.], Warszawa 1972, s. 88.

<sup>559</sup> A. Friszke, *op. cit.*, s. 64.



robotnikom. Ta celowo ukierunkowana aktywność KOR-u wkrótce zamieniła się w walkę o całokształt zmian społecznych i politycznych.

Choć ruch opozycyjny miał dość elitarny charakter – działali w nim głównie inteligenci i studenci, i to niemal wyłącznie w wielkich miastach - to jak wskazuje Andrzej Friszke: „W rzeczywistości (...) promieniowanie opozycji było znacznie szersze niż formalny krąg jej oddziaływania. Istnienie opozycji dowodziło, że możliwy jest sprzeciw, podważało sens moralny kompromisów z systemem i przystosowania się do narzuconych przezeń reguł”<sup>560</sup>.

Z jednej strony rosnąca w siłę opozycja, z drugiej coraz bardziej pogłębiający się kryzys ekonomiczny kraju, którego symbolicznym początkiem są wprowadzone w sierpniu 1976 roku kartki na cukier, obnażyły nieudolność władz. Sytuacja gospodarcza była tragiczna, coraz więcej przychodów państwa szło na obsługę długów branych pochopnie na początku dekady. W sklepach zaczynało brakować towarów, codziennością stały się kolejki i polowania obywateli na podstawowe produkty. Ciężka zima 1978/1979 zupełnie sparaliżowała państwo – brakowało węgla i wody w kranach, elektrownie wyłączały zasilanie. Wybór Karola Wojtyły na papieża oraz jego pierwsza pielgrzymka do Polski w czerwcu 1979 roku sprawiły, że o Polsce było szczególnie głośno w światowych mediach, a Polacy w kraju czuli się dużo pewniej w swoich dążeniach niepodległościowych. Władza z kolei wyraźnie traciła pewność siebie, tym bardziej że o sytuacji w Polsce dzięki podziemnym publikacjom oraz Radiu Wolna Europa dowiedział się cały świat.

Lato 1980 roku to kolejna fala strajków, tym razem niemożliwa do opanowania siłą. Jej punktem kulminacyjnym było powołanie Międzyzakładowego Komitetu Strajkowego, na którego czele stanął Lech Wałęsa. 5 września Edward Gierek ustąpił z funkcji I sekretarza KC PZPR. Na czele partii stanął Stanisław Kania. Niewielu obywateli zdawało się to interesować, wszyscy bardziej niż na Warszawę patrzyli na Gdańsk, gdzie na mocy zawartych z rządem porozumień 17 września przedstawiciele robotników z całej Polski powołali do życia ogólnopolski Niezależny Samorządny Związek Zawodowy „Solidarność”.

---

<sup>560</sup> *Ibidem*, s. 77.

## 7. „WYŚNIEŁEM SOBIE WOLNOŚĆ”<sup>561</sup> – KULTURA AMERYKAŃSKA NA BARYKADACH NOWOCZESNOŚCI

Nowa dekada zaczęła się od ważnych zmian politycznych również na arenie międzynarodowej. W listopadzie 1980 roku prezydentem USA został Ronald Reagan – republikanin, a ci zawsze budzili żywą niechęć Związku Radzieckiego. Sytuacja zdawała się o tyle trudna, że na Kremlu władzę sprawował, nie do końca psychicznie i fizycznie sprawny, stary już i schorowany Leonid Breżniew. W grudniu 1980 roku popularny i opiniotwórczy amerykański magazyn „Time” zamieścił na okładce zdjęcie Lecha Wałęsy i logo „Solidarności”, a w 1981 roku ten sam magazyn przyznał Wałęsie tytuł Człowieka Roku. To uhonorowanie było w pełni uzasadnione, oto bowiem w okresie od sierpnia 1980 do grudnia 1981 roku „Solidarność”, na której czele stał Wałęsa, ze związku zawodowego przerodziła się w masowy ruch o charakterze społeczno-niepodległościowym, do którego należały miliony Polaków<sup>562</sup>. Niepokoje społeczne, choć na mniejszą skalę, miały miejsce także w innych krajach obozu socjalistycznego. Władze NRD i Czechosłowacji tak bardzo bały się idei wolnościowych, że zawiesiły ruch bezwizowy z Polską, zaś Związek Radziecki szykował się do interwencji zbrojnej w naszym kraju. 13 grudnia 1981 roku został wprowadzony stan wojenny.

Ronald Reagan bardzo szybko określił swoją politykę wobec Polski i, traktując ją jako suwerena Związku Radzieckiego, wprowadził ekonomiczne sankcje, zawiesił rządowe gwarancje na kredyty, a w odpowiedzi na łamanie praw człowieka zawiesił także zgodę na lądowanie polskich samolotów pasażerskich w USA. Również oficjalne stosunki dyplomatyczne zostały znacznie ograniczone i sprowadzone do poziomu *chargé d'affaires*<sup>563</sup>. Dodatkowo częściowo zawieszono współpracę naukową i zablokowano dostęp Polski do nowych technologii. Reagan pozbawił Polskę klauzuli najwyższego uprzywilejowania w handlu ze Stanami Zjednoczonymi.

<sup>561</sup> Życie za hymn, zespół Karcer, 1987.

<sup>562</sup> J. Holzer, „Solidarność” 1980-1981, [w:] PRL od grudnia 70..., s. 195.

<sup>563</sup> W. Jarząbek, Polska w polityce międzynarodowej i „zimnej wojnie” 1945-1989, [w:] PRL od grudnia 70..., s. 325.

Tak określono oficjalny stosunek USA do Polski na poziomie politycznych i dyplomatycznych relacji. Jednocześnie bowiem „Stany Zjednoczone prowadziły akcję propagandową, której celem było podkreślenie, iż sankcje są skierowane tylko przeciwko reżimowi komunistycznemu, a nie polskiemu społeczeństwu, wobec którego Amerykanie deklarowali sympatię i solidarność. Organizowano liczne akcje pomocowe dla Polaków w kraju, wspierano także polskich emigrantów i Polonię”<sup>564</sup>. Do akcji dobroczynnych wykorzystywano organizacje i instytucje zaangażowane lub wspierające opozycję. Szczególną rolę odegrał Kościół katolicki, który zadbał o to, by cały ruch opozycyjny skupiony wokół „Solidarności” miał chrześcijańskie oblicze, „tak w sferze symboliki, jak i treści programowej”<sup>565</sup>.

W efekcie takich działań, mimo iż w oficjalnym przekazie propagandowym Stany Zjednoczone były przedstawiane jak najgorzej, co naturalne ze względu na sankcje i bardzo stanowcze potraktowanie reżimowych władz, to zwykli ludzie, niezwiązani z partyjną nomenklaturą, wykazywali nadzwyczajne zrozumienie i wsparcie dla takich decyzji Waszyngtonu. Pozytywny obraz Ameryki znalazł umocowanie w postaci Reagana jako konsekwentnego i twardego gracza, który w przeciwieństwie do poprzednich ekip Białego Domu postawił na bezkompromisową walkę z komunizmem. Udało mu się zjednoczyć wokół tej idei innych przywódców, którzy również wspierali w wolnościowych działaniach opozycję w krajach komunistycznych.

Swoją polityką i nieprzejednaną postawą wobec komunistów Reagan zaskarbił sobie niezwykły podziw Polaków, a jego postać obrosła w rozmaite mity, którym niewątpliwie pomogła amerykańska kultura popularna, zgrabnie przez samego Reagana wykorzystywana. W swojej kampanii i całym prezydenckim PR amerykański prezydent często wykorzystywał sylwetkę kowboja, archetyp amerykańskiej męskości i bezkompromisowości, bohatera, który nie ma wątpliwości, co jest dobre, a co złe. By nadać staremu mitowi Dzikiego Zachodu nową twarz, Reagan odwołał się do

<sup>564</sup> *Reakcja Reagana na stan wojenny w Polsce*, Polskie Radio, 19 II 2013, [online] <http://www.polskieradio.pl/39/156/Artykul/749236,Reakcja-Reagana-na-stan-wojenny-w-Polsce>, dostęp: 28 V 2015.

<sup>565</sup> J. Żaryn, *Państwo-Kościół katolicki w Polsce 1956-1989*, [w:] *PRL od grudnia 70...*, s. 87.

gwiazdnej sagi George'a Lucasa, nazywając Związek Radziecki „imperium zła”, co jednoznacznie zdefiniowało stanowisko Ameryki i jej przywódcy. Reagan stał się dzięki temu niezwykle ważną i wyrazistą figurą w polskiej pamięci historycznej – jego imieniem nazwane zostały liczne place, ulice, parki. Poświęcono mu tablice pamięci i pomniki w Gdańsku i Warszawie.

Pozytywny obraz bezkompromisowego kraju i jego przywódcy, który walczy z siłami zła, został wzmocniony również dzięki wsparciu, jakiego Stany Zjednoczone udzieliły polskiej opozycji, zarówno w sferze symbolicznej, jak i materialnej, oraz płynącej zza oceanu pomocy dla zwykłych ludzi, już nie rządowej, choć niewątpliwie przez rząd zainicjowanej. Tu cała sytuacja przypominała tę tużpowojenną, gdy Polaków w biedzie ratowano paczkami UNRRA. Pomoc ta, podobnie jak powojenna, polegała na dostarczeniu Polakom najpotrzebniejszych produktów: artykułów spożywczych, lekarstw, ubrań, środków czystości. Dystrybutorami tych dóbr były najczęściej parafie. Przy czym warto zaznaczyć, że o ile zawartość paczek UNRRA była niemal w 100% amerykańska, w okresie stanu wojennego pomoc przychodziła z różnych krajów: USA, Kanady, ale przede wszystkim jednak z Niemiec, Francji i innych krajów Europy Zachodniej. Rządy niektórych krajów zwolniły paczki do Polski z opłat pocztowych.

Produkty otrzymywane w pomocowych paczkach generowały u ich odbiorców niezwykle doznania emocjonalne i estetyczne. W kryzysowej rzeczywistości stanu wojennego były znów niczym obiekty z innego, lepszego świata. Opakowania, kolory, smaki, zapachy zwykłych produktów: proszku do prania, pasty do zębów czy herbaty, w niczym nie przypominały tych dostępnych w polskich sklepach. Rozbudzały wyobraźnię i tęsknotę za lepszym życiem. Działały jak dodatkowy motywator do działań antysystemowych. Tym bardziej że zaopatrzenie w polskich sklepach w pierwszej połowie lat 80. było katastrofalne. Większość potrzebnych towarów była reglamentowana, dotyczyło to zarówno żywności, jak i odzieży. Rzeczy dostępne były bardzo podłej jakości, brzydkie i nieestetycznie opakowane. „Paczki solidarności” prócz tego, że były realną pomocą dla wielu potrzebujących, znakiem wsparcia, to także dla wielu Polaków pierwszym w pełni sensorycznym spotkaniem z Zachodem. Wiele z tych smaków, zapachów, barw, towarów, które docierały w paczkach, zostało zapamiętanych na zawsze. Wielu obdarowanych nie było stać na zakupy w Peweksach,

komisach czy na bazarach, gdzie atrakcyjne towary były dostępne za nieprzyzwoicie wysokie ceny. Paczka była też niezaprzeczalnym dowodem na to, gdzie jest dobro, a gdzie zło, kto pomaga, a kto represjonuje.

Choć zapewne spośród wszystkich otrzymanych paczek tylko niewielka ich część pochodziła z USA, to jednak w sferze symbolicznej nie miało to znaczenia. Paczki przychodziły z Zachodu, którego częścią były też Stany Zjednoczone, znajdowały się w nich również produkty globalnych korporacji, co sprawiało, że ludzie nie rozróżniali wyraźnie, co amerykańskie, francuskie czy niemieckie. Może tylko uważne wczytanie się w etykiety pozwoliłoby zlokalizować terytorialnie dany produkt, który jednak w powszechnym mniemaniu pochodził „stamtąd”, zza żelaznej kurtyny, od dobrych ludzi, z lepszego świata, dlatego raz jeszcze warto podkreślić ważność solidarnościowej pomocy z Zachodu dla Polski w zażegrywaniu Polaków do walki. Wydaje się, że tak samo ważne i motywujące jak pragnienie wolności i demokracji był w tej walce „zapach pomarańczy i prawdziwej czekolady”<sup>566</sup>.

Jeżeli jednak mowa o wyrażeniu amerykańskich tekstach kultury popularnej USA, to warto zwrócić uwagę, że podobnie jak w przypadku lat 70., również lata 80. rozpadają się wyraźnie na dwie połowy. Inaczej niż w poprzedniej dekadzie tu jednak pierwsza dekada była znacznie gorsza niż druga. Pierwsza połowa lat 80. jest zdominowana przez stan wojenny, który zostaje zniesiony dopiero 22 lipca 1983 roku. Oficjalne media zarówno ze względów propagandowych, jak i finansowych praktycznie nie prezentują amerykańskich produktów medialnych. Przeglądając tylko odpowiednie numery tygodnika „Antena”<sup>567</sup>, zauważamy, że wprowadzenie stanu wojennego było swoistym tąpnięciem w atrakcyjności oferty telewizyjnej. W roku 1981 przed jego wprowadzeniem widzowie mogli obejrzeć koncert Doris Day, amerykańskie klasyki, jak *Grona gniewu* (1940) Johna Forda, kilka filmów Charliego Chaplina, w tym *Światła rampy*

<sup>566</sup> O paczkach, manifestacjach i „przepychankach” z milicją, relacja ze spotkania uczniów klasy I G Prywatnego Gimnazjum nr 22 Lauder-Morasha w Warszawie z p. Tomaszem Kosełą, Centrum Edukacji Obywatelskiej, 14 XII 2013, [online] <http://www.ceo.org.pl/pl/node/18679>, dostęp: 30 V 2015.

<sup>567</sup> „Antena” – tygodnik o tematyce radiowo-telewizyjnej wydawany w latach 1955–2002 przez Wydawnictwa Radia i Telewizji. Początkowo czasopismo wychodziło pod tytułem „Radio i Świat”, potem – „Radio i Telewizja”, a od marca 1981 roku tygodnik przyjął tytuł „Antena – pismo widzów i słuchaczy”.

(1952), *W upalną noc* (1967) Normana Jewisona, western *Był tu Salvaje* (1968) Roberta Mulligana, czy nieco nowsze, jak *Oszukany* (1970) Dona Siegela, a także seriale *Aniołki Charliego* oraz *Starsky i Hutch* – emitowane w czwartkowe wieczory, w porze dawnego Teatru Sensacji. W kinie nocnym prezentowano inny kryminalny serial produkcji amerykańskiej – *Sierżant Anderson* z Angie Dickinson jako tytułową panią sierżant, zaś dzieci na dobranoc bawił *Struś Pędziwiatr* (*The Road Runner Show*). Również w ramach niedzielnego *Teleranka* często pokazywano filmy amerykańskie. Pamiętnego 13 grudnia *Teleranek*, którego nie było, miał zakończyć amerykański film *Matt i Jenny na dzikim szlaku*.

Wprowadzenie stanu wojennego na jakiś czas w ogóle wstrzymało emisje amerykańskich programów, a w drugiej połowie 1982 roku jedyne programy amerykańskie były filmy Charliego Chaplina – kilka krótkich, wczesnych filmów oraz jeden z ostatnich – *Król w Nowym Jorku* (1957). Prócz tego w programie telewizyjnym można znaleźć informację o serialu dla dzieci *Chłopiec z krainy Bayou*, który zaprezentowano w ramach wspomnianego wyżej *Studia 2*. Według „Anteny” z roku 1982 Polacy obejrzeli jeszcze dramat wojenny Johna Forda *Ci, których spisano na straty* (*They Were Expendable*; 1945), a w święta Bożego Narodzenia 1982 roku o godzinie 20.00 pokazano western *Z zaciśniętymi zębami* (*Bite the Bullet*; 1975) w reżyserii Richarda Brooksa. Wielką atrakcją dla widzów były emitowane w niedzielne popołudnia kolejne odcinki animowanego serialu dla dorosłych, choć oglądanego także przez dzieci – *Mędzy nami jaskiniowcami*.

Oprócz tych kilku pozycji amerykańskich prezentowano również nieliczne filmy i seriale brytyjskie, francuskie czy włoskie oraz zdecydowanie szerszą ofertę programów pochodzących z krajów bloku wschodniego. Zaś dzieci usypiała rezolutna *Pszczółka Maja*, zrealizowana w międzynarodowej koprodukcji bez udziału amerykańskiego.

Stopniowo, w miarę polepszania się sytuacji politycznej, oferta telewizji stawała się coraz ciekawsza. W roku 1985 Telewizja Polska prezentowała miniserial *Szogun*, który bił rekordy popularności, a odtwórca głównej roli Richard Chamberlain, przez wielu pamiętany jeszcze z roli doktora Kildare’a, stał się niekwestionowaną supergwiazdą. W roku 1985 wyemitowano również wiele wartościowych filmów, zarówno z nie tak odległych lat 70.: *Klute* (1971) i *Wszyscy ludzie prezydenta* (1976), oba w re-

żyserii Alana J. Pakuli, *Dom lalki* (1973) Josepha Loseya<sup>568</sup>, *Taśmy prawdy* (1971) Sydneya Lumeta, *Szał* (1972) Alfreda Hitchcocka, *Narodziny gwiazdy* (1976) Franka Piersona czy *Ostatni seans filmowy* (1971) Petera Bogdanovicha. Polskim widzom pokazano również kilka filmów Woody'ego Allena: *Bierz forszę i w nogi* (1969) czy *Śpioch* (1973). Prócz tych stosunkowo świeżych filmów wyemitowano także kilka hollywoodzkich klasyków: *Na nabrzeżach* (1954) i *Na wschód od Edenu* (1955) Elii Kazana czy głupiutką komedię z Doris Day *Nie jedźcie stokrotek* (1960) Charlesa Waltersa.

Trzeba jednak przyznać, że większość filmów prezentowanych polskim widzom stanowiły ciekawe i wartościowe obrazy. Nie karmiono Polaków tanimi, trywialnymi programami. Zważywszy, że mówimy o państwie zza żelaznej kurtyny, w którym obywatele mają do dyspozycji jedynie dwa kanały reżimowej telewizji, to znów widać wyraźnie pewien rodzaj troski o tę wielomilionową rzeszę odbiorców, którym starano się nie serwować filmów klasy B. Wynikało to z wciąż obowiązującego przekonania, że władza i elity intelektualne wiedzą lepiej, co dla publiczności dobre, a co szkodliwe.

Filmy i seriale pokazywane w telewizji stały się doświadczeniem większości Polaków, którzy dzielili się opiniami i doznaniem z tych seansów, kopiowali fryzury, kreacje, naśladowali sposób zachowania. Jednak oferta zarówno telewizji, jak i kina była dla nich daleko niesatysfakcjonująca. Dobra kulturowe pochodzące z Zachodu były wtedy tak samo pożądane jak dobra konsumpcyjne. W obliczu nieudolności władzy, która nie była w stanie zaspokoić oczekiwań konsumpcyjnych zarówno w jednym, jak i drugim obszarze, Polacy wzięli sprawy w swoje ręce. Od drugiej połowy lat 70., gdy zaczęły się problemy ekipy Gierka, pojawiło się większe przyzwolenie na prowadzenie prywatnych przedsięwzięć gospodarczych, które zaczęły funkcjonować obok państwowych kolosów (na glinianych nogach) w obszarze drobnego handlu i produkcji. W obliczu wiecznych niedoborów właściwie niemal każda taka inicjatywa prywatna gwarantowała powodzenie finansowe. Powstały więc butiki z ubraniami, fabryczki kosmetyków, małe lub nieco większe zakłady krawieckie, czy szewskie.

<sup>568</sup> Film produkcji angielsko-francuskiej. Joseph Losey – amerykański reżyser, który ze względu na poglądy znalazł się na tzw. czarnej liście Hollywood i zdecydował się opuścić Stany Zjednoczone.

## 7.1. WIDEOMANIA I POLAKÓW ASPIRACJE MODERNIZACYJNE

Częściowe otwarcie granic spowodowało także wyjazdy Polaków do pracy za granicę – do Niemiec, Austrii, Francji, Wielkiej Brytanii czy Stanów Zjednoczonych. Pojawiła się systematycznie rosnąca grupa ludzi, którzy mieli coraz większe możliwości finansowe, a w konsekwencji coraz większe potrzeby konsumpcyjne. To pełna aspiracji grupa, która poznała życie na Zachodzie i pragnęła podobnego w Polsce. Ponieważ często byli to Polacy nieposiadający dużego kapitału kulturowego, najoczywistszym i najprostszy sposobem na wprowadzenie zachodnich standardów była dla nich konsumpcja – nabywanie takich samych towarów, jakie nabywali mieszkańcy krajów rozwiniętych. Zauważmy, że dążenia modernizacyjne były intensywnie obecne także w oficjalnym dyskursie władz komunistycznych, które od słynnej „debaty kuchennej” między Chruszczowem a Nixonem próbowały konkurować z Zachodem w obszarze nowoczesnych rozwiązań technologicznych, również tych wykorzystywanych w gospodarstwach domowych, jak AGD – lodówki, kuchenki, pralki automatyczne – czy sprzęt RTV – system stereo, kolorowy telewizor. Rzeczywiste osiągnięcia obozu socjalistycznego w tym zakresie były dość opłakane, a wciąż pamiętanym zapewne przykładem jest wybuchający telewizor kolorowy produkcji radzieckiej marki Rubin, który w oficjalnej propagandzie był eksponowany jako najnowocześniejsza myśl technologiczna.

W latach 80. kluczową rolę w modernizacji społeczeństwa odegrała technologia wideo, a magnetowid – urządzenie do nagrywania i odtwarzania obrazu i dźwięku – stał się najbardziej pożądanym sprzętem tamtych lat i kluczowym wehikułem do propagowania amerykańskiej kultury, zgoła innej niż ta, którą znaleźć było można w oficjalnym obiegu w telewizji czy kinie.

Według Patryka Wasiaka, badacza kultury wideo, pierwsze magnetowidy znalazły się w Polsce dzięki Maciejowi Szczepańskiemu, który pod koniec lat 70. sprowadził do Polski kilkadziesiąt do kilkuset sztuk tego urządzenia dla przedstawicieli partyjnej elity.

Telewizja przygotowała też dla nich pirackie kopie filmów z przekładem czytany ponoć przez Jana Suzina, bo jego głosu najbardziej



chciały słuchać żony decydentów. W zestawie był zakazany *Łowca jeleni*, ale też kreskówki, filmy klasy B oraz pornograficzne<sup>569</sup>.

Ponieważ Polacy mogli stosunkowo łatwo wyjechać na Zachód, masowo przywozili stamtąd magnetowidy i filmy na kasetach wideo. Wkrótce amerykańskie filmy akcji były dostępne w setkach półlegalnych lub nielegalnych wypożyczalni wideo i oglądanie amerykańskiego kina akcji było bardzo popularną rozrywką. W latach 80. Polska stała się największymi i najszybciej rozwijającym się pirackim rynkiem wideo w Europie<sup>570</sup>.

Według Wasiaka Polacy wykorzystywali magnetowid, aby pokazać swój awans społeczny, oraz znaczyli jego posiadaniem i użytkowaniem swoje aspiracje modernizacyjne. W Polsce, podobnie jak w innych krajach obozu socjalistycznego, zachodnie produkty symbolizowały dużo więcej, niż wskazywała ich funkcja użytkowa – dla wielu znaczyły dostatek, wolność i nowoczesność.

We wcześniejszych latach wszelkie urządzenia elektryczne, sprzęt gospodarstwa domowego były produkowane w kraju bądź importowane z państw obozu socjalistycznego, głównie ze Związku Radzieckiego. Władze miały pełną kontrolę nad rynkiem tych produktów. Magnetowidy były pierwszymi produktami, które pojawiły się jakby spoza systemu. Przywożone z zagranicy, głównie z Niemiec, z racji swej wysokiej ceny nabywane były przeważnie przez prywatnych przedsiębiorców. Wasiak, powołując się na dane Piotra Gawła, twierdzi, że o ile w 1981 roku w Polsce było około 10 tysięcy magnetowidów, to w roku 1984 było ich już 150 tysięcy. Magnetowidy, podobnie jak nielegalne kasety, nabywano na giełdach, a koszt takiego urządzenia równał się dwóm średnim rocznym pensjom. Był

---

<sup>569</sup> Pierwsze magnetowidy sprowadził do Polski „Krrawy Maciek”. Za kurtyną PRL-u, Polskie Radio. Program Drugi, 29 IX 2013, [online] <http://www.polskieradio.pl/8/2842/Artykul/943079.Pierwsze-magnetowidy-sprowadzil-do-Polski-Krrawy-Maciek>, dostęp: 2 VI 2015.

<sup>570</sup> P. Wasiak, *VCRs, Modernity and Consumer Culture in Poland before and during the System Transition (unedited version)*, referat wygłoszony na konferencji „The Pleasures of Backwardness: Consumer Desire and Modernity in Eastern Europe”, University of California, Berkeley, April 25, 2015, [online] [https://www.academia.edu/12168678/VCRs\\_modernity\\_and\\_consumer\\_culture\\_in\\_Poland\\_before\\_and\\_during\\_the\\_system\\_transition\\_conference\\_paper\\_The\\_Pleasures\\_of\\_Backwardness\\_Consumer\\_Desire\\_and\\_Modernity\\_in\\_Eastern\\_Europe\\_University\\_of\\_California\\_Berkeley\\_April\\_25\\_2015](https://www.academia.edu/12168678/VCRs_modernity_and_consumer_culture_in_Poland_before_and_during_the_system_transition_conference_paper_The_Pleasures_of_Backwardness_Consumer_Desire_and_Modernity_in_Eastern_Europe_University_of_California_Berkeley_April_25_2015), dostęp: 15 VI 2015.

zatem magnetowid dobrem absolutnie luksusowym i wręcz nieracjonalnie pożądanym. Zjawisko wideomanii, które ogarnęło Polskę w połowie lat 80., było o tyle niewytłumaczalne, że urządzenia te nie były ani produkowane w Polsce, ani możliwe do nabycia w polskich sklepach. To dopiero w 1987 roku władze Peweksu, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom Polaków, zaczęły importować z Japonii sprzęt elektroniczny, głównie telewizory i magnetowidy. Produkty firmy Sony, Sanyo i Panasonic były absolutnymi hitami rynkowymi. Peweks generował niesamowite zyski, a dzięki korzystnym umowom był w stanie sprzedawać sprzęt taniej, niż kosztował on w krajach Europy Zachodniej<sup>571</sup>. Polacy masowo wymieniali stare radzieckie Rubiny na nowe telewizory japońskie i nabywali magnetowidy.

Jak sugeruje Wasiak, polską wideomanię należy analizować w kontekście nadchodzących zmian i dążenia Polaków do nowoczesności, aspiracji do życia w lepszym, rozwiniętym technologicznie świecie. W socjalistycznej Polsce magnetowid był symbolem technologicznej nowoczesności lat 80., obiektem skupiającym w sobie wszystkie niemal wyobrażenia Polaków o modernizacji, która miała zachodnie oblicze.

Mirosław Filiciak w wywiadzie poświęconym magnetowidom i ich roli społecznej zauważa, że publikowano wtedy w Polsce wiele tekstów „o tym, że jesteśmy krajem zacofanym gospodarczo, ale i obyczajowo. Magnetowid był więc w pewnym stopniu narzędziem wojen kulturowych”<sup>572</sup>. Za jego pośrednictwem Polacy wkroczyli w inny świat, do tej pory reglamentowany przez władze. Był też sprzętem funkcjonującym poza głównym obiegiem, urządzeniem gospodarczego podziemia, urządzeniem, wokół którego zorganizował się rodzaj oddolnego ruchu społecznego. A poza tym, i to może najważniejsze, magnetowid zapewniał dojście do tekstów kultury spoza głównego obiegu. Dzięki magnetowidowi odbiorcy mieli dostęp do różnorodnych filmów, których najczęściej nie można było zobaczyć ani w kinie, ani tym bardziej w telewizji. Były wśród nich i filmy wybitne i wartościowe, i były filmy gatunkowe klasy B, i niezwykle popu-

---

<sup>571</sup> Wspomnienia dyrektora Pewex'u, Facet, 4 XI 2014, [online] <http://facet.pl/?p=14699>, dostęp: 17 VI 2015.

<sup>572</sup> W. Parfianowicz-Vertun, Mirosław Filiciak (rozmowa): *kulturowa rehabilitacja kasety wideo*, „Mała Kultura Współczesna” 2013, 21 X, [online] <http://malakulturawspolczesna.org/2013/10/21/miroslaw-filiciak-rozmowa-kulturowa-rehabilitacja-kasety-wideo>, dostęp: 17 VI 2015.



12. W kolejce po magnetowidy, które w latach 80. uwolniły Polaków od kulturowego dyktatu władzy i elit intelektualnych

larne filmy pornograficzne. Na wpół legalna lub nielegalna sieć dystrybucji dostarczała filmy kopiowane w setkach egzemplarzy z taśmy matki, jedynej taśmy legalnie zakupionej. Filmy przez to skracano, aby zmieściły się na stuosiemdziesięciominutowej kasecie VHS, były nagrywane w kiepskich warunkach, obraz skakał, rozmywał się, „ale dla odbiorców-widzów to nie był wielki problem. Sama możliwość obejrzenia amerykańskiego filmu była taką atrakcją, że to, że tam coś skakało, nie było kłopotem”<sup>573</sup>.

Dzięki magnetowidowi rozwinęło się szereg aktywności towarzyskich: pożyczanie sobie kaset, wymienianie się nimi, wspólne seanse, rozmaite nielegalne pokazy organizowane w wersji masowej w kościołach, klubach studenckich, a bardziej intymnej – na przykład w akademikach<sup>574</sup>. Magnetowid stał się w Polsce lat 80. urządzeniem szeroko pojętej wolności. Po pierwsze, dzięki niemu dokonana się dekonstrukcja paradygmatu komunikacyjnego, w którym użytkownik nie jest tylko biernym odbiorcą kierowanych do niego treści. To użytkownicy magnetowidów decydo-

<sup>573</sup> Ibidem.

<sup>574</sup> W. Łodziński, *Studencki świat wideo*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1987, nr 3, s. 71-75.

wali, jaki film, kiedy i ile razy będą oglądać. Urządzenie pozwalało im przyspieszyć niektóre sceny, zatrzymać inne. „Możemy też widzieć w tym okresie początek takiego przesunięcia, że człowiek przestał być więźniem ramówki telewizyjnej, ułatwione było wielokrotne oglądanie, odbiorcy zyskali bezprecedensową kontrolę nad treściami audiowizualnymi. Przy całej analogowości ówczesnych mediów, był to też czas, kiedy pojawiało się coraz więcej interfejsów na dostęp do tych samych treści”<sup>575</sup>. Po drugie, magnetowidy były wykorzystywane przez opozycję do walki politycznej – organizowano tajne pokazy filmów zakazanych, ideologicznie niebezpiecznych. Był więc magnetowid, oprócz powielaczy i sprzętu drukarskiego, ważnym wyposażeniem zaprzęgniętym do walki z reżimem.

Gdyby jednak lokować tę magnetowidową gorączkę w zdefiniowanych obszarach kultury, to nie byłby to tzw. drugi obieg, w którym ulokowała się opozycja związana z ruchem „Solidarności”, a raczej obieg trzeci, zarezerwowany dla wszelkiej aktywności kulturalnej, która nie mieściła się ani w państwowym, ani opozycyjnym systemie instytucji. „Ów trzeci obieg tym się różnił od drugiego, stanowiącego ekspozyturę podziemnej opozycji, że pragnął być niezależny od całej szeroko pojętej kultury dominującej – zarówno tej propagowanej przez państwo, jak i tej wspomaganej przez solidarnościową opozycję i Kościół”<sup>576</sup>.

Tym bardziej że magnetowid, choć używany przez masy, oferował swoim odbiorcom treści kultury w Polsce niedostępnej i w tamtym systemie na swój sposób alternatywnej. Filmy pornograficzne, teledyski, reklamy telewizyjne nagrywane z zachodnich telewizji i pokazywane w dłuższych blokach jako autoteliczne teksty filmowe czy wreszcie filmy tak różne od tych pokazywanych w polskich mediach. Dzięki magnetowidowi jego użytkownicy uwalniali się od dyktatu autorytetów: filmoznawców, krytyków filmowych i innych arbitrów dobrego smaku<sup>577</sup>. Użytkownikom wideo nie chodziło ani o walkę z systemem politycznym, ani tym bardziej o wspieranie go, a jedynie o dobrą, ciekawą rozrywkę.

<sup>575</sup> W. Parfianowicz-Vertun, *op. cit.*

<sup>576</sup> M. Pęczak, *Trzeci obieg kultury. Wybuchowy wentyl bezpieczeństwa*, „Polityka” 2011, 17 VI, [online] <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1515442,1,trzeci-obieg-kultury.read>, dostęp: 11 V 2015.

<sup>577</sup> W. Parfianowicz-Vertun, *op. cit.*

Wideomania pokazała, że ludzie chcą oglądać zupełnie inne treści, w żaden sposób niewpisujące się w wybitne kino i ambitną kulturę. Zestaw filmów, który Szczepański rozprowadzał wśród swoich uprzywilejowanych odbiorców, w pewien sposób odzwierciedlał

gusta filmowe Polaków w latach 80., ukształtowane właśnie przez wkraczające wtedy na nasz rynek magnetowidy oraz pirackie kopie amerykańskich przebojów kinowych. Ku przerażeniu krytyków filmowych, którzy uważali, że ich rodacy powinni oglądać wyłącznie obrazy Antonioniego, najpopularniejszymi „dziełami” nad Wisłą stały się w drugiej połowie lat 80. *Top Gun*, *Rambo*, *Gliniarz z Beverly Hills*, *Predator*, *Cobra*, *Robocop*, itp. W 1987 plebiscyt na najlepszego aktora magazynu „Film” zwyciężył Arnold Schwarzenegger, choć w tym roku w Polsce nie można było oficjalnie obejrzeć żadnego filmu z udziałem przyszłego gubernatora Kalifornii<sup>578</sup>.

Lista filmowych przebojów video z lat 1986-1989 wygląda następująco: 1. *Komando* (1985), reż. Mark L. Lester; 2. *Akademia Policyjna* (1984), reż. Hugh Wilson; 3. *Pluton* (1986), reż. Oliver Stone; 4. *Top Gun* (1986), reż. Tony Scott; 5. *Rambo: Pierwsza krew* (1982)<sup>579</sup>, reż. Ted Kotcheff; 6. *Gliniarz z Beverly Hills* (1984)<sup>580</sup>, reż. Martin Brest; 7. *Autostopowicz* (1986), reż. Robert Harmon; 8. *Cobra* (1986), reż. George P. Cosmatos; 9. *RoboCop* (1987), reż. Paul Verhoeven<sup>581</sup>.

Oferta dostępnych kaset była bardzo obszerna i różnorodna. I choć można było znaleźć w niej filmy wartościowe, a bywało, że i wybitne, to dominowało jednak kino gatunku, prezentujące niewyszukaną, ale widowiskową rozrywkę. Na pewno, i to widać już po wymienionych tytułach, kinem dekady było kino akcji, które z takim kluczowym bohaterem jak Rambo promowało walkę z imperium zła i uzupełniało w sferze rozrywki politykę Reagana. W tym również sensie aktywność widzów oglądających Rambo czy Jamesa Bonda wpisywała się w działalność opozycyjną polegającą na oglądaniu treści zakazanych, co dziś może brzmieć co najmniej zabawnie. Ogromną popularnością cieszyły się także filmy walki, uwiel-

<sup>578</sup> Pierwsze magnetowidy sprowadził do Polski...

<sup>579</sup> Oglądano także kolejne części przygód Rambo, przedstawione w filmach z roku 1985 i 1988.

<sup>580</sup> Również druga część z roku 1987.

<sup>581</sup> Pierwsze magnetowidy sprowadził do Polski...

biane w Polsce od czasów legendarnego *Wejścia smoka* z Bruce'em Lee, który wszedł na ekrany polskich kin w 1982 roku i od razu podbił serca publiczności.

Dla sztuk walki w kulturze zachodniej przełomowym momentem stało się z pewnością pojawienie się Bruce'a Lee. Ów mistrz i aktor swoją rolę w *Wejściu smoka* udowodnił, że kino tego typu może odnosić sukcesy poza Azją. Filmy z jego udziałem spopularyzowały wschodnie sztuki walki, a sam Lee (także dzięki swej tajemniczej śmierci) stał się ikoną masowej wyobraźni. Utorował on drogę całemu amerykańskiemu nurtowi gatunkowemu: filmom sztuk walki<sup>582</sup>.

Film ten oraz następne z tego gatunku, z innymi bohaterami Chucka Norrisa, Jeana-Claude'a Van Damme'a czy Stevena Seagala, bardzo chętnie oglądano na wideo.

W ofercie dla kobiet pokazywano melodramaty, romantyczne komedie i rozmaite historie miłosne. Wielkim hitem okazały się *Dziewięć i pół tygodnia* (1986) Adriana Lyne'a czy *Fatalne zauroczenie* (1987) tego samego reżysera.

Magnetowid nie tylko rozszczęlnił kurtynę odgradzającą Polaków od kultury Zachodu, lecz także zdemokratyzował dostęp do niej. Już nie tylko uprzywilejowani wyjeżdżający za granicę obywatele mogli zobaczyć, jak wygląda zachodni świat, moda, styl życia. Dla wielu był to rodzaj objawienia i nie wszyscy sobie dobrze z tymi nowymi wzorcami radzili, traktując je często bardzo bezkrytycznie i bezrefleksyjnie zarazem. Filiciak przywołuje przykład recepcji filmów pornograficznych.

Te historie o porno są niesamowite, bo pokazują rzeczywistość, w której rozpadły się nagle wszystkie hierarchie. Nawet osoby z wysokim kapitałem kulturowym oślepiało to, co przychodziło z Zachodu. Skoro na Zachodzie produkuje się i ogląda porno, to znaczy, że wypada je oglądać. Trafiliśmy na historię nauczycieli z małego miasteczka, którzy pierwszy pokaz filmów porno zorganizowali dla znajomych w weekend w swojej szkole, kobiety przynosiły przekąski, wszystko wyglądało jak na typowym spotkaniu towarzyskim. Są też takie relacje ze spotkań

---

<sup>582</sup> M. Kowalczyk, *Bruce Lee na miarę naszych możliwości. Wschodnie sztuki walki w kulturze PRL-u. Rekonesans*, „Kultura Popularna” 2014, nr 2, s. 82, [online] <http://dx.doi.org/10.5604/16448340.1132093>.

rodzinnych. Dziś to nie do pomyślenia, ale wtedy tę zmianę legitymizowano wyobrażeniami o modernizacji, w prasie – co z dzisiejszej perspektywy może zaskakiwać – bardzo dużo było tekstów o tym, że jesteśmy krajem zafanym gospodarczo, ale i obyczajowo. Magnetowid był więc w pewnym stopniu narzędziem wojen kulturowych<sup>581</sup>.

Rzeczywiście to kultura wideo, która rozwinęła się jeszcze w Polsce Ludowej, wprowadziła Polaków w to, co miało się wydarzyć w następnej dekadzie, w treści, które tu z pożądaniem gdzieś nieoficjalnie były konsumowane, a które wkrótce miały zdominować główny nurt. Jak już wielokrotnie było wspomинane, polskie władze w obronie Polaków przed kulturą Zachodu kierowały się dwoma przekonaniem, jedno to kwestia ideologiczna – kultura imperialistycznego Zachodu z natury rzeczy kłóciła się z oficjalną ideologią. To uzasadnienie było często przywoływane przez samych konsumentów kultury i wielokrotnie demonizowane – zabraniając nam dostępu do świata lepszego, ciekawszego, bardziej kolorowego, w zamian karmiąc propagandą. To wygodny argument, który legitymizował bezkrytyczne podejście Polaków do kultury Zachodu. Drugie przekonanie władz i autorytetów to to, że o poziom kultury mas trzeba dbać i nie można skazywać ludzi niekompetentnych kulturowo na radzenie sobie z pustą, trywialną i głupią zachodnią kulturą popularną, która nie wnosi żadnych cennych wartości, a jedynie bałamuci i deprawuje. Stąd dbałość o ofertę kinową, w której dużo było dobrego europejskiego kina, oraz telewizję, która przecież w latach 60. zaczynała bardzo ambitnie, spuszczając nieco z misyjnego tonu w latach 70. W latach 80., zapewne w dużej mierze ze względu na zalew niewyszukanych filmów wideo, media oficjalnie próbowały zmienić dyskurs na jeszcze bardziej trywialny i rozrywkowy, stąd bohaterów ambitnych seriali brytyjskich zastąpiła niewolnica Isaura.

W tym kontekście wydawać by się mogło, że rzeczywiście w obliczu natłoku treści wideo ludzie stawali się bezbronni w swej bezrefleksyjności. Jednak obawy autorytetów zatroskanych o poziom kompetencji kulturowych Polaków były bardzo przesadzone. Być może to lata edukacji medialnej, magazynów takich jak „Przekrój” czy zbilansowanej oferty radiowej, kinowej i telewizyjnej zrobiły swoje, ale Polacy mieli do tych miałych filmów również stosunek krytyczny.

<sup>581</sup> W. Parfianowicz-Vertun, *op. cit.*

Filmy przywożone do kraju przez „importerów” są z reguły najtańsze, czyli najgorsze, najbardziej kiczowate z kiczowatych. Głównie przywozi się horrory, pornografię, filmy o karate, superprzeboje w stylu *Rambo*, *Rocky*, *Katarzyna II*, itp. Znaczną część importu wypełniają niesamowite wyczyny Jamesa Bonda, komandosów-weteranów wojny wietnamskiej, superśmigłowców w rodzaju „Powietrznego Wilka” czy też różnych mistrzów rewolweru i kierownicy, którzy ciągle (i zawsze skutecznie) uciekają złym i głupim policjantom<sup>584</sup>.

Ta konstatacja uczestnika pokazów wideo, wtedy studenta, udowadnia, iż to, że ludzie takiej rozrywki pragnęli, nie oznaczało, że byli wobec niej bezkrytyczni. Żarty, jakie powstawały masowo na temat na przykład serialu o niewolnicy Isaurze, potwierdzały kompetencje Polaków w zakresie krytycznych i kreatywnych zarazem odczytań tekstów kultury popularnej. Różni odbiorcy stosowali wobec tych samych tekstów rozmaite strategie odbiorcze – był bezkrytyczny zachwyt, absolutnie dyskwalifikująca krytyka, były również kreatywne, bardziej postmodernistyczne odczytania polegające na rozbiciu pierwotnych sensów i zastosowaniu do ich reinterpretacji ironii, parodii czy pastiszu.

Z perspektywy naszych rozważań, w których głównym bohaterem jest amerykańska kultura popularna, warto podkreślić, że w latach 80. to właśnie wideo było dominującym propagatorem tej kultury, ponieważ to produkcje amerykańskiego przemysłu kulturowego dominowały tę przestrzeń komunikacyjną. Jeszcze przed zmianą systemu politycznego i wprowadzeniem gospodarki wolnorynkowej produkty amerykańskiej kultury zaistniały na czarnym rynku – rynku pirackich nielegalnych kaset, nieuporządkowanej, żywiołowej dystrybucji, nieprzewidywalnych i niezdefiniowanych grup odbiorczych, bez reklamy i marketingu. To sami użytkownicy organizowali sobie zasoby, dystrybucję, dokonywali instynktownego badania rynku. Wokół wideo rozwinęła się prężnie działająca branża – importerzy, sprzedawcy, właściciele wypożyczalni, importerzy kaset mieli się w schyłkowym okresie PRL-u bardzo dobrze. Amerykańska kultura popularna, w wersji często ultrapopularnej, była tym, czego pożądanego, czego deficyt przez lata odczuwano, a co, podobnie jak aspiracje społeczne, polityczne czy ekonomiczne Polaków, funkcjonowało w pod-

<sup>584</sup> W. Łodziński, *op. cit.*, s. 74.



ziemi, o którym każdy wiedział, a którego nie dało się już ujarzmić czy kontrolować.

Rewolucja wideo, która rozpoczęła się na początku lat 80., przechodziła różne fazy. Magnetowid z symbolu luksusu i wysokiego statusu społecznego stał się pod koniec lat 80. i na początku 90. sprzętem obecnym w każdym niemal polskim domu. Nowy system ekonomiczny uporządkował rynek – powstał legalni dystrybutorzy, legalnie działające wypożyczalnie wideo. Jeszcze przez całe lata 90. technologia wideo odgrywała istotną rolę, poszerzając znacznie spektrum swoich możliwości, zaś użytkownicy pogłębiali swoje kompetencje, stając się nie tylko konsumentami gotowych treści, lecz także ich producentami. Rację ma Mirosław Filiciak, twierdząc, że sytuacja z magnatowidami przypomina obecną w zakresie korzystania z zasobów Internetu.

Myszę, że te historie o wideo dlatego są takie efektowne dzisiaj, bo można powiedzieć, że ten obieg poza oficjalnymi filtrami nie ustał, tylko że teraz to się przeniosło na przykład na *torrenty*. Wydaje mi się też, że to był moment, kiedy ludzie zaczęli oglądać coś, czego nie namaścił dystrybutor czy ekspert w gazecie dobrą recenzją. Nagle takim filtrem stał się pan, który miał pudełko z kasetami na giełdzie i mówił: to jest dobre, to trzeba obejrzeć. I dzisiaj to się pewnie dzieje na poziomie folksonomii w internecie, co sprawia, że ta siła krytyków jest osłabiona. Z drugiej strony, oczywiście dużo rzeczy dzisiaj dzieje się automatycznie. Jak ściągasz sobie plik z *torrentów*, to nie wiesz, od kogo go ściągasz, i ta wymiana nie ma w sobie tego komponentu daru i organizowania sieci. Jeżeli dyskutujemy o ekonomii moralnej wymieniania plików, to nie można o tym kontekście zapominać. Być może nasz stosunek do własności intelektualnej jest pochodną tamtych praktyk<sup>585</sup>.

Wydaje się jednak, że umiejętne i masowe korzystanie z dobrodziejstw wideo na bezprecedensową skalę tak znakomicie wychodziło Polakom, ponieważ ćwiczyli już uprzednio, choć w znacznie mniejszym wymiarze biznesowym, podobne praktyki na kasecie magnetofonowej. Przegrywanie muzyki z radia, nagrywanie płyt przywiezionych z Zachodu na taśmę magnetofonową i dzielenie się tymi zdobyczami miało miejsce znacznie wcześniej, a kluczową rolę odegrała tu młodzież, spragniona słu-

<sup>585</sup> W. Parfianowicz-Vertun, *op. cit.*

chania ukochanej muzyki częściej niż tylko w dawkach emitowanych w radiu. O tym zjawisku można mówić właściwie od czasów upowszechnienia się magnetofonów kasetowych, co nastąpiło w latach 70.

Magnetofony kasetowe w Polsce pojawiły się gdzieś na początku lat 70. Rzec można śmiało, że wśród potencjalnych użytkowników mogły w porównaniu z innymi źródłami dźwięku występować w stężeniu co najwyżej 1:1000. Nadal były to czasy, gdy wcale nierzadko można było zobaczyć osobnika trzymającego w ręku lub przy uchu grające radio tranzystorowe, co nasilało się zwłaszcza w maju, podczas Wyścigów Pokoju. Wśród moich rówieśników istniał tylko jeden magnetofon kasetowy i był to oczywiście Philips (...) Można było więc zasiąść przy piwie i raczyć się własną muzyką. Mnie ten okres kojarzy się ze słuchaniem z kaset *Deep Purple In Rock* i *Ummagumma*. Polski magnetofon kasetowy pojawił się dzięki zakupieniu przez ZRK licencji firmy Thomson i był to MK 125. Z tym magnetofonem spędziliśmy uroczne wakacje w roku 1972. (...) Muzyka pozostała z tamtego kręgu, co poprzednio, tyle że dołączył jakiś wczesny King Crimson oraz klasyka spod znaku Creamów i Hendrixa<sup>586</sup>.

W latach 80. magnetofon nie był już wprawdzie dobrem luksusowym, choć ten zachodni, najnowszy model był bardzo pożądanym. Paulina Wilk, dziennikarka i pisarka, tak wspomina zakup takiego urządzenia w czasach późnego PRL-u: „Pamiętam, gdy do Pewexu pojechał mój starszy brat z tatą. Kupili magnetofon dwukasetowy marki Philips. Był to tak zwany jamnik – długi i płaski. Miał przyciski różowo-turkusowe. On był dla nas takim cudem techniki, że kiedy mój brat wychodził z domu, to nakrywał go serwetką, by się nie kurzył”<sup>587</sup>.

<sup>586</sup> M. Tułodziecki, *Polskie magnetofony kasetowe – część 1 – magnetofony stacjonarne*, Technique, [online] [http://www.technique.pl/mediawiki/index.php/Polskie\\_magnetofony\\_kasetowe\\_-\\_cz%C4%99%C5%9B%C4%87\\_I\\_-\\_magnetofony\\_stacjonarne](http://www.technique.pl/mediawiki/index.php/Polskie_magnetofony_kasetowe_-_cz%C4%99%C5%9B%C4%87_I_-_magnetofony_stacjonarne), dostęp: 21 V 2015.

<sup>587</sup> Paulina Wilk: *magnetofon nakrywaliśmy serwetką*, reportaż *Podwójnie złożona*, Polskie Radio. Program Trzeci, 17 XI 2014, [online] <http://www.polskieradio.pl/9/325/Artykul/1290904,Paulina-Wilk-magnetofon-nakrywalismy-serwetka>, 22 V 2015.

## 7.2. ROCK JEST BUNTEM – KU KULTUROWEJ RÓŻNORODNOŚCI

Nabożny niemal stosunek do magnetofonu wynikał z faktu, że w latach 80. muzyka znów zaczęła odgrywać rolę szczególną, a magnetofon właśnie dawał możliwość swobodnego korzystania z globalnych zasobów muzycznych, które różnymi szczelinami docierały również do Polski. Kryzys, którego doświadczał rock na początku lat 70., oddając scenę przede wszystkim muzyce dyskotekowej, sprawił, że pasjonaci muzyczni szukali innych możliwości zdobycia swoich ukochanych utworów. W drugiej połowie lat 70. na Zachodzie skomercjalizowana muzyka dyskotekowa traciła powoli swoją atrakcyjność.

Dojrzełe pokolenie, które kontrkulturę lat 60. zna już tylko ze słyszenia, ma do niej dystans. Widzi, że rewolucyjne ruchy studenckie nie zmieniły systemu społecznego (...). Pokolenie to widzi stopniowe zamieranie wielkich centrów kultury alternatywnej i patrząc z innej pozycji ekonomicznej i społecznej (kryzys ekonomiczny), nie widzi dla siebie drogi. Nie chce odchodzić od społeczeństwa – chce, by było inne, ale nie widzi na to sposobu. Dziedzictwo kontrkultury temu pokoleniu nie odpowiada. Podobnie muzyka postpsychodeliczna, nie mówiąc już o disco i popie, nie spełnia potrzeb ambitniejszej części tego pokolenia. Większość gwiazd rocka to ludzie przed lub po trzydziestce, i to bardzo bogaci. Kilkunastoletnia młodzież nie czuje już z nimi więzi i nie bardzo chce wierzyć temu, co chcą jej przekazać. Na tym tle pojawienie się w latach 1976-1978 nurtu punk rock i jamajskiego poety protestu, śpiewającego w stylu reggae – Boba Marleya, należy uważać za pierwsze przejawy budzącej się na powrót świadomości młodzieży, że trzeba wypracować własne oblicze pokolenia<sup>588</sup>.

Według Jerzego Wertensteina-Żuławskiego punk rock jest „kolejną formą powrotu do źródeł rock’n’rolla, mającą wyraźny podtekst społeczny”<sup>589</sup>. Punk w języku angielskim może znaczyć tyle co „szczeniak”, „chuligan” lub „śmieć”. Narodził się w latach 1976-1978 w Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych i Australii, choć według Mirosława Pęczaka twórcami tzw. protopunku lub też pionierami punk rocka są głównie zespoły amerykańskie: Ramones, New York Dolls, Television, Blondie, Patti

<sup>588</sup> J. Wertenstein-Żuławski, *To tylko rock’n’roll!*, ZAKR, Warszawa 1990, s. 141.

<sup>589</sup> *Ibidem*.

Smith<sup>590</sup>, i to one inspirowały do bardziej zdefiniowanych aktywności twórczych i kulturowych, dając początek fenomenowi subkultury punkowej. Niewątpliwie wyrósł punk jako forma opozycji przeciwko ruchowi hipisowskiemu, który wtedy stracił już swój rewolucyjny charakter, stając się elementem establishmentu kulturowego. „Punk stanowił w pewnym sensie antytezę ruchu hipisowskiego. O ile hipisom przypisać można takie cechy, jak idealizm, optymizm, kreślenie wizji utopii wspólnotowych czy postawy kontemplacyjne, o tyle punk uosabiał kolejno: nihilizm, pesymizm, anarchizm i działanie”<sup>591</sup>.

Za pierwszą grupę punkową z prawdziwego zdarzenia powszechnie uważa się brytyjski zespół Sex Pistols, znany ze skandalizujących piosenek i zachowania na scenie. „Grają oni muzykę niezwykle gwałtowną i zachowują się brutalno-prowokacyjnie, podobnie też się ubierają. Teksty punkrockowe często są wręcz wulgarne i bardzo bezkompromisowe w sferze społecznej: jest to ciąg wyzwisk i oskarżeń: na miłość, na ludzi, na społeczeństwo, na systemy polityczne, na cywilizację europejską. (...) »Jesteśmy kwiatami wyrzuconymi na śmietnik« – głoszą SEX PISTOLS”<sup>592</sup>.

Wokół tego typu muzyki wyrosła cała kultura punkowa: charakterystyczna moda, styl zachowania oraz poglądy społeczne, w których anarchizm, indywidualizm, antysystemowość, egalitaryzm, sprzeciw wobec kapitalizmu odegrały rolę kluczową. „Punk niezwykle wysoko ceni sobie takie wartości, jak niezależność, samodzielne myślenie oraz nonkonformizm, szczerość i wiarygodność przekazu. Z punkiem nierozzerwalnie wiąże się też pojęcie kontestacji, niezgody na zastaną rzeczywistość. Jednym z ważniejszych środków stosowanych przez ruch punkowy jest artystyczna lub intelektualna prowokacja”<sup>593</sup>.

Subkultura punkowa pojawiła się w Polsce już w roku 1978. Werstein-Zuławski zauważa, że pomimo różnych systemów politycznych sytuacja młodzieży na Zachodzie, szczególnie w Wielkiej Brytanii, pod wieloma względami przypominała sytuację młodzieży z późnego PRL: „Martwota, brak perspektyw i rosnąca frustracja – tak można by najlapi-

<sup>590</sup> M. Pęczak, *Subkultury w PRL...*, s. 101.

<sup>591</sup> I. Rosłoński, *Kryzys nowej umowy społecznej. Polityczno-kulturowe uwarunkowania narodzin polskiego ruchu punk*, „e-Politikon. Kwartalnik Naukowy OAP UW” 2013, nr 5, s. 105.

<sup>592</sup> J. Werstein-Zuławski, *op. cit.*, s. 141.

<sup>593</sup> I. Rosłoński, *op. cit.*, s. 105.

darniej określić istotę podobieństwa sytuacji społecznej i kulturowej młodzieży angielskiej i polskiej w drugiej połowie lat 70. – sytuacji, która zaowocowała nową »prawdziwą« muzyką rockową. I tu, i tam młodzi ludzie odczuwali boleśnie wszelkie przejawy hipokryzji”<sup>594</sup>.

Nieuzasadnione może wydawać się Czytelnikowi odwołanie się do subkultury punkowej w kontekście prowadzonych tu rozważań nad spotkaniami Polaków z kulturą amerykańską, kiedy w powszechnym mniemaniu punk był brytyjskim fenomenem społeczno-kulturowym. Mało tego, to rzeczywiście Wielka Brytania była głównym źródłem kulturowego natchnienia dla Polaków, to stamtąd przede wszystkim przywożono płyty i kasety. To londyńska prasa i ulica bardziej inspirowała. To wreszcie brytyjski zespół punkowy Raincoats wystąpił w Polsce w 1978 roku, dając młodym ludziom w kraju lekcję prawdziwego punkowania”<sup>595</sup>. Istnieje jednak kilka przesłanek do tego, aby nie wykluczać subkultury punkowej z obszaru naszych rozważań. Po pierwsze, podstawą, z której wyrosła, była muzyka rockowa – jej kolejne wcielenia – a ta ma ponad wszelką wątpliwość korzenie amerykańskie. Podobnie jak zjawisko protopunku, o którym wspomniano powyżej. Po wtóre, badacze zjawisk związanych z punkiem twierdzą, że prawie równocześnie podobne zjawiska pojawiły się w Wielkiej Brytanii, USA i Australii. Co w świetle teorii transkulturowości skłania nas do odrzucenia argumentu o jednorodnej tożsamości tej subkultury. Punk był fenomenem globalnym i z całą pewnością również koncentrującym się wokół muzyki wyrosłej z korzeni amerykańskich. Po trzecie wreszcie, wpływ nowego rockowego brzmienia na polską muzykę lat 80. był tak istotny, że nie sposób fenomenowi punk rocka i całej subkultury pominąć. Tym bardziej że właśnie silna ideowość i zaangażowanie społeczne tej muzyki stało się dla polskiej młodzieży tak atrakcyjne w schyłkowych latach PRL-u, ponieważ „to właśnie sytuacja kryzysowa była kluczowym czynnikiem ułatwiającym zadomowienie się punka w polskich warunkach”<sup>596</sup>. Tomasz Lipiński, założyciel jednego z pierwszych polskich zespołów punkowych, tak uzasadnia swoje zaangażowanie w ten typ muzyki: „Wiadomo było, że cały kraj idzie do dołu, perspektyw

<sup>594</sup> J. Wertenstein-Zuławski, *Między nadzieją a rozpaczą. Rock, młodzież, społeczeństwo*, Instytut Kultury, Warszawa 1993, s. 50.

<sup>595</sup> A. Idzikowska-Czubaj, *op. cit.*, s. 228.

<sup>596</sup> I. Rosłoński, *op. cit.*, s. 107.

żadnych nie ma. Wiadomo było, że fasada im bardziej jaskrawa, to kryje za sobą rozkład i zgniliznę”<sup>597</sup>.

Kryzys szczególnie dotykał młodych Polaków, którzy czuli się wykluczeni zarówno przez system, jak i starsze pokolenie. Osadzenie w nieco zinfantylizowanej kulturze, w której oferowano zabawę na dyskotekach i słuchanie trywialnych tekstów piosenek, sprawiło, że młodzi ludzie czuli się pozbawieni własnej podmiotowości. Hipokryzja samych władz, których oficjalny przekaz nie miał nic wspólnego z rzeczywistością i prawdziwym życiem, dodatkowo wzmocniła nieufność i krytyczny stosunek młodych. Znamienne, że o ile w Wielkiej Brytanii czy w USA punk wychodził ze środowisk robotniczych, w Polsce Ludowej jego emisariuszem była młodzież z tzw. dobrych domów. „Ich rodzice cieszyli się wysoką pozycją społeczną bądź wykonywali zawody uchodzące za prestiżowe”<sup>598</sup>. To oni, korzystając ze swobody, jaką dała im uprzywilejowana pozycja rodziny, podróżowali często na Zachód, podglądając tamtejsze trendy, ale też przywożąc do Polski rozmaite atrakcje muzyczne: płyty, kasety, fanzyny, ubrania<sup>599</sup>. „Nieosiągalne dla przeciętnego nastolatka materiały kopiowano, powielano i kolportowano w wąskim kręgu znajomych”<sup>600</sup>.

Przykład punka potwierdza schemat i mechanizm przenikania do Polski wzorów kulturowych z Zachodu, w tym także z Ameryki: wyjeżdżający za granicę przywożą informacje o nowym zjawisku kulturowym – muzycznym, filmowym, modzie, a także artefakty z nim związane, chociażby wspomniane wyżej płyty, kasety, magazyny, elementy ubioru. Następnie elementy tego nowego zjawiska są naśladowane przez wąskie grupy odbiorców, będących najczęściej mieszkańcami większych ośrodków miej-

---

<sup>597</sup> M. Kielak-Adamowicz, *Polski punk*, [w:] *Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wybrane zjawiska*, red. J. Wertenstein-Zuławski, M. Pęczak, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991, s. 238.

<sup>598</sup> I. Rośłoński, *op. cit.*, s. 116.

<sup>599</sup> Co ciekawe, w tym aspekcie polski punk, choć czerpał z brytyjskiego, bardziej przypomina amerykański. W Wielkiej Brytanii bowiem subkultura punkowa wyrosła w środowiskach robotniczych, kontynuując tym samym tradycję subkultur młodzieżowych tworzących się wokół muzyki rockowej, którą zapoczątkowali teddy boys w latach 50., podczas gdy „pierwszymi amerykańskimi punkowcami stawali się bywalcy artystycznych klubów i galerii z East Village oraz fani rockowej awangardy. Skład społeczny tego środowiska przypominał trochę pierwszych hipisów: byli to biali młodzi ludzie wywodzący się z klasy średniej, synowie i córki prawników, lekarzy, przedsiębiorców, dziennikarzy, no i artystów” – M. Pęczak, *Subkultury w PRL...*, s. 101.

<sup>600</sup> A. Idzikowska-Czubaj, *op. cit.*, s. 228.

skich. Na tym etapie ich fascynacja budzi kontrowersje i skrajne emocje. Ten etap związany jest raczej z naśladownictwem i kopiowaniem. Dopiero na kolejnym etapie, gdy nowy fenomen kulturowy zdobywa zainteresowanie i akceptację szerszej grupy ludzi, a ci wnoszą doń własne emocje i aspiracje, następuje jego zakorzenienie w nowej kulturze i wytworzenie własnych indywidualnych cech tożsamościowych<sup>601</sup>. Wtedy także pojawia się oddziaływanie nowego fenomenu na inne obszary i zjawiska kulturowe – punk nie tylko zmienił samą muzykę rockową, która stała się bardziej agresywna, buntownicza, wywrotowa, ale wpłynął też na modę, która podobnie jak w przypadku hipisów nie ograniczała się jedynie do samych członków subkultury czy nawet grona jej sympatyków, ale zaistniała, w wersji rzecz jasna mocno skonformizowanej, także w mainstreamie.

Styl punków, stworzony przez lidera grupy Sex Pistols Malcolma McLarena i znaną brytyjską projektantkę Vivienne Westwood<sup>602</sup>, był bardzo kontrowersyjny i niepodobny do niczego, co do tej pory noszono: zniszczone, podziurawione podkoszulki z radykalnymi hasłami, skórzane kurtki, marynarki lub całe garnitury ozdobione ćwiekami, agrałkami, łańcuchami i zamkami błyskawicznymi. Dzięki swojej ogromnej popularności Sex Pistols zdołali go rozpropagować również w Polsce, gdzie podstawą punkowego wizerunku była skórzana kurtka ozdobiona ćwiekami lub agrałkami, do której zakładano zazwyczaj wąskie dżinsy lub bojówki z bocznymi kieszeniami. Koszulki trykotowe lub flanelowe koszule musiały być znoszone i zniszczone oraz ozdobione radykalnymi hasłami, na przykład „No future”, „Anarchy” *etc.* dopełnieniem tego wizerunku były fryzury: słynny, ikoniczny wręcz irokez, ekstrawaganckie utapirowne i kontrowersyjnie ufarbowane włosy, do tego bardzo mocny makijaż, szczególnie oczu, i to zarówno u dziewcząt, jak i u chłopców. Ten styl w wersji mniej radykalnej przejęła ulica w postaci skórzanych kurtek zwanych „ramoneskami”, obcisłych spodni oraz wyszukanych kształtów i kolorów fryzur.

Podobnie jak poprzednio bikiniarze czy hipisi również punki chcieli zwrócić na siebie uwagę strojem i zachowaniem, a przez to budzili niepo-

<sup>601</sup> J. Wertenstein-Zuławski, *Między nadzieją a rozpaczą...*, s. 12.

<sup>602</sup> A. Pelka, *Teksas-land...*, s. 221.

kój władzy, która niezmiennie ich inwigilowała i nękała. I tym razem amerykańska muzyka służyła do ekspresji buntu i antysystemowości młodego pokolenia, a czasy były zupełnie wyjątkowe.

Punk pojawił się w szczególnym momencie – niemal równocześnie ze zrywem „Solidarnościowym”. W jakim stopniu stał się jego częścią. Muzycy punkowi wystąpili w roli rzeczników młodego pokolenia. (...) Młodych ludzi konsekwentnie utożsamiających się z punkiem – trzeba to podkreślić – nigdy nie było zbyt wielu, co nie zmienia faktu, że ruch ten promieniował na znaczną część młodzieży lat 80. Agrałka stała się jednym z popularniejszych dodatków do młodzieżowego stroju<sup>603</sup>.

Polskie zespoły punkowe, takie jak Tilt, Kryzys, Deadlock i wiele innych, były tworzone oddolnie, poza systemem i bez jego aprobaty. To właśnie punkowe brzmienie – szorstkie, agresywne i bardzo ekspresyjne – determinowało atmosferę słynnego festiwalu w Jarocinie, choć determinowało nie znaczy całkowicie dominowało. Koncerty rockowe były swoistą enklawą wolności i niezależności, czasem i przestrzenią daną na wyłączność młodym ludziom. Krzysztof Kosiński twierdzi, że „Wśród sporej części młodzieży żywa była legenda Woodstock. Np. pod koniec lat 70. prawie połowa młodzieży ankietowanej przez IBPM deklarowała, że chętnie uczestniczyłaby w festiwalu wzorowanym na Woodstock”<sup>604</sup>.

Podobnie jak w czasie amerykańskiego Woodstocku, w Jarocinie bohaterami byli młodzi ludzie i rock. I choć w rzeczy samej punk nadał muzyce rockowej nowe oblicze, to w Jarocinie, podobnie jak na Woodstocku, spotykali się sympatycy różnych muzycznych stylów i różnych subkultur. „Jarocin przypominał mały Woodstock – opowiada Monika Adamowska z Joy Bandu. Ludzie wyglądali bardzo ciekawie – fajnie poprzebierani: jedni mieli postawione kudły, inni długie pióra i do tego nosili pacyfki; jeszcze inni czesali włosy na bok, wyglądali jak poppersi; bardzo kolorowi byli rastafarianie. Tylko w Jarocinie pojawiało się tak wielu różnych ludzi w jednym miejscu”<sup>605</sup>.

<sup>603</sup> K. Kosiński, *op. cit.*, s. 348.

<sup>604</sup> *Ibidem*, s. 356.

<sup>605</sup> K. Wojciechowski, M.R. Makowski, G.K. Witkowski, *Pokolenie J8. Jarocin '80-'89*, In Rock, Poznań 2011, s. 61.



W pewnym sensie zatem możemy potraktować jarociński festiwal jako polską wersję legendarnego amerykańskiego festiwalu – takie samo poczucie wspólnotowości, odreagowania, buntu i tego swoistego kontaktu z kulturą, budowanego w oparciu o dialog. Dialogowość wynikała zarówno z faktu, że była to kultura tworzona oddolnie, przez młodych twórców, a nie narzucona przez system, jak i z charakteru samego uczestnictwa w wydarzeniu polegającego na nieustającej komunikacji między wykonawcami a widownią – żywą, spontaniczną, reagującą bardzo emocjonalnie. Młodzi ludzie nie mieli tego typu relacji w codziennym świecie – w rodzinie, szkole, na studiach czy w pracy. Dlatego Jarocin dla pokolenia polskiej młodzieży lat 80. był tak ważny. Przenosił ich na kilka dni w świat zupełnie innych układów, w których wszystko było normą, a każdy był akceptowany.

Zwrotność relacji między nadawcami a odbiorcami muzyki oraz wynikające z niej poczucie współtworzenia i współuczestniczenia sprawiło, że również postrzeganie pozafestiwalowej rzeczywistości stało się inne. Wprawdzie sami uczestnicy jarocińskiego festiwalu i całej kultury polskiego rocka lat 80. twierdzą, że najważniejsza była dla nich muzyka, a nie polityka i chęć obalenia systemu politycznego, to jednak niezaprzeczalnie zarówno sama, nowatorska jak na Polskę Ludową, forma imprezy, jak i nie wolna od ideologii muzyka sprawiły, że tym razem rock służył nie tylko do wyrażenia młodzieńczego buntu, niepokojów egzystencjalnych czy niezgody na szarą rzeczywistość, ale stał się, nie do końca świadomą, manifestacją polityczną. W tym kontekście walka z władzą stała się tak samo ważna jak walka z innymi elementami systemu: szkołą, rodziną, a nawet Kościołem.

Jak twierdzą autorzy książki *Pokolenie J8. Jarocin '80-'89*, to pokolenie oświeczone rockową namiętnością cechowała:

Apolityczność, czyli sprzeciw wobec uciskającego systemu o skrzywionych obliczach rodzica, pracodawcy, księdza, drogiej pani z telewizji czy dostojnego pana w wojskowym mundurze. Alternatywność, a z nią budowa konkurencyjnego ładu, który nie podlegał narzucanym redefinicjom ani wnikliwym analizom postępu (...). Wreszcie wrażliwość na fałsz, potęgowana obawą o zachwaszczenie jarocińskiej gleby zgniłym ziarnem nieprawdy rzucanym dla zasiana niepokoju (stąd hasła „Odajcie nam nasz festiwal”, „Zabrania się zabraniać”, „Viva Harcterna-

tywa” czy „PZPR gnoje”) i ta zdumiewająca dziś gotowość cierpienia niewygód oraz współdzielenia dóbr (niedoborów) z innymi – częstowania butelką mleka, kawałkiem bochenka chleba (...) <sup>606</sup>.

O ile rock lat 60. został bardzo szybko zutylizowany przez system, tracąc swój niepokorny charakter, a artyści, poza nielicznymi wyjątkami, godzili się na funkcjonowanie jako estradowa galanteria, tworząc i wykonując utwory miłe dla ucha, o tekstach banalnych, cikliwych bądź po prostu zabawnych, o tyle polski rock lat 80., przyprawiony gorzką, punkową refleksją zawierającą się w hasle „No future”, był prawdziwym protestem, krzykiem pełnym determinacji, który nie bał się już cenzury, milicji, represji. Ciekawe, że jarocińska młodzież, nauczona zapewne doświadczeniem pokolenia lat 60., wręcz histerycznie odrzucała wszelkie próby podporządkowania swojej wyjątkowości i niezależności, choć, podkreślmy to raz jeszcze, mimo otwartego buntu nie była czynnie zaangażowana w walkę polityczną. Mirosław Pęczak dowodzi:

Na festiwalu rockowym w Jarocinie w 1981 roku można było usłyszeć mnóstwo piosenek wyrażających wprost niechęć do władzy i systemu politycznego. Socjologowie starający się wysondować nastroje i opinie festiwalowej publiczności ze zdziwieniem jednak stwierdzili, że aktualna polityka, konflikty między władzą a „Solidarnością” i związana z tym sytuacja społeczna kraju nie są dla tych młodych ludzi szczególnie istotne. Już wówczas zaznaczyła się programowa postawa „bycia obok” i próby, często naiwne i niekonsekwentne, budowania własnej kultury poza systemem, tzn. niezależnie od tego, co dyktował konflikt polityczny, oficjalne instytucje, z Kościołem włącznie, oraz dominujące normy obyczajowe. Liczyła się wolność „robienia swojego” i manifestowanie tej wolności <sup>607</sup>.

Wolność i alternatywność ponad wszystko. Młodzież nie utożsamiała się nawet z opozycją polityczną, postrzegając ją jako nowy establishment <sup>608</sup>. Zespoły funkcjonujące wówczas w rockowym mainstreamie, które pojawiały w reżimowych mediach i których płyty były wydawane przez

<sup>606</sup> K. Wojciechowski, *Wstęp*, [w:] idem, M.R. Makowski, G.K. Witkowski, *op. cit.*, s. 5.

<sup>607</sup> M. Pęczak, *Subkultury w PRL...*, s. 127.

<sup>608</sup> M. Kielak-Adamowicz, *op. cit.*, s. 238.

rodzime firmy fonograficzne, takie jak Maanam, Perfect czy Republika (najmniej chętnie pokazywane w mediach) czy bardziej skomercjalizowane Lady Punk bądź Lombard, z punktu widzenia uczestników festiwalu w Jarocinie zaprzedały się systemowi i nawet występ niepokornej Republiki, „która wystąpiła w Jarocinie w 1985 roku, spotkały najpierw gwizdy i wyzwiska (...)”<sup>609</sup>.

Niezależność, wolność, antysystemowość, apolityczność, która mimo woli stawiała się polityczna, oraz najbardziej ceniona alternatywność to podstawowe cechy pokolenia, które wyrażało siebie przy pomocy muzyki. O ile młodzież lat 60. wykorzystywała muzykę rockową do budowania odrębnej od kultury dorosłych swojej własnej kultury młodzieżowej, w której najistotniejsza była zmiana młodzieżowego stylu bycia i nowe formy spędzania wolnego czasu, o tyle w latach 80. muzyka ta „wpływała na postawy, ubiór, język, deklaracje światopoglądowe (...)” oraz „bywała wyzwaniem rzucanym rządzącym”<sup>610</sup>.

Lata 80. to czas powstawania licznych ruchów alternatywnych w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej, które podobnie jak poprzednio omawiane zjawiska kulturowe, przenikały również za żelazną kurtynę – ważne zatem, aby przyglądając się pobudzeniu polskiej młodzieży lat 80., uwzględnić także kontekst międzynarodowy, to, na ile określone formy protestu odnoszącego się do konkretnej sytuacji społeczno-politycznej Polski były wynikiem przenikania mody i zawłaszczania tych form, a wraz z nimi pewnych wzorców, postaw, wartości, które choć powstałe w społeczeństwach liberalnych demokracji, okazały się na tyle uniwersalne, że wykorzystali je również młodzi Polacy.

Świadomość takiego przenikania z całą pewnością miały władze. W opracowaniu kpt. Marka Zielińskiego dotyczącym młodzieżowych ruchów alternatywnych w Polsce lat 80., sporządzonym w Ministerstwie Obrony Narodowej, autor lokuje polską młodzież w kontekście międzynarodowym, analizując podobne ruchy w innych krajach. Szczegółnej analizie poddana jest sytuacja w Republice Federalnej Niemiec, zapewne z powodu geograficznej bliskości i wynikającego stąd realnego zagrożenia polskiej młodzieży takimi wywrotowymi wpływami. Choć autor opraco-

<sup>609</sup> K. Kosiński, *op. cit.*, s. 350.

<sup>610</sup> *Ibidem*, s. 356.

wania skupia się głównie na fenomenie Pomarańczowej Alternatywy, to wyraźnie dostrzega zagrożenie płynące z wszelkich alternatywnych, antysystemowych działań, interpretując je jako „precyzyjnie zaplanowane i przeprowadzone manifestacje polityczne”<sup>611</sup>.

Również muzyka rockowa, szczególnie niepokorna w latach 80., budziła zatroskanie władz, stąd postanowiono wykorzystać ją jako wentyl bezpieczeństwa, dopuszczając artystów rockowych do mediów, pozwalając im na nagrywanie płyt oraz przychylając się do organizowania takich imprez, jak festiwal w Jarocinie, który choć postrzegany był przez młodzież jako ich własna, oddolna inicjatywa, był również wydarzeniem monitorowanym przez władzę, która w ten sposób gromadziła buntowników na koncercie zamiast na barykadach<sup>612</sup>. Jednak jak zauważają autorzy książki *Pokolenie J8. Jarocin '80-'89*: „skutek finalny okazał się mimo wszystko inny, Jarocin zintegrował ludzi, a ta integracja wpływała jednak na konkretną postawę młodzieży, na ich stosunek do komuny. Natomiast rzeczywistość boom na muzykę rockową był wentylem w pełni sterowanym, bo »s skoro nie odwołali Jarocina, to z konkretnego powodu« – uważa Leszek Cichoński, gitarzysta CDN”<sup>613</sup>.

Muzyka rockowa zatem w rzeczywistości Polski Ludowej służyła zarówno młodzieży, dostarczając jej form i symboli do ekspresji młodzieńczego buntu, jak i władzy. Ta, choć pierwotnie uznała amerykańskiego rock'n'rolla za demoralizującego i ideologicznie wrogiego, bardzo szybko znalazła w nim wygodne i, co należy zaznaczyć, dochodowe narzędzie sterowania nastrojami młodzieży. Ponieważ słowo „rock” budziło grozę wśród władz partyjnych, dlatego najpierw w latach 60. stosowano nazwę „big-beat”, a w latach 80. mówiono o „muzyce młodej generacji”. Dostrzegano obce pochodzenie tej muzyki i niebezpieczeństwo tkwiące w aspiracjach, jakie ewokowała. Żywiono jednak przekonanie, że wystarczy dać młodym ich muzykę i ich emocje, aby spokojnie móc rządzić.

Znamienne, że amerykański rodowód granej wtedy muzyki już uległ zatarciu. Rock został zawłaszczony przez polskich twórców, wypełniony

---

<sup>611</sup> *Młodzieżowe ruchy alternatywne – próba oceny, wnioski i prognozy*, oprac. kpt. dr M. Zieliński, WSW wewn. 220/88, za: „Jesteście naszą wielką szansą”..., s. 368.

<sup>612</sup> M. Pęczak, *Subkultury w PRL...*, s. 113.

<sup>613</sup> K. Wojciechowski, M.R. Makowski, G.K. Witkowski, *op. cit.*, s. 93.



13. Festiwal w Jarocinie. Uczestnicy nagrywający koncert na magnetofonach kasetowych.  
Bunt szerzył się dzięki technologii

polskimi tekstami i emocjami i raczej trudno przypuszczać, aby młodzi fani Dezertera czy Dżemu myśleli o tym, że ta muzyka przyszła do nich zza oceanu, chociaż z całą pewnością uczestnicząc w takim wydarzeniu, jak festiwal w Jarocinie, słuchając polskiego rocka, mieli poczucie, że partycypują w podobnym doświadczeniu jak ich rówieśnicy z festiwalu Woodstock. „Ludzie się wyrwali z przaśnej, smutnej rzeczywistości i żyli sobie tak przez te kilka dni, jak im się wydawało, że żyją jak te dzieci kwiaty z dalekiego Zachodu”<sup>614</sup>. Tym bardziej że władze wciąż reagowały alergicznie w momencie, gdy przy okazji grania koncertów „demonstrowano akty sympatii do narodu amerykańskiego. Jednego roku próbowano zabronić wciągania na namiotowe maszty flagi Stanów Zjednoczonych (czytaj: ideologicznie zjednoczonych przeciwko nam), ale zdecydowana postawa Waltera [Chelstowskiego – pomysłodawcy i współtwórcy festiwalu – przyp. J.Sz.-B.] zapobiegła szykowanej interwencji”<sup>615</sup>.

Muzyka rockowa podobnie jak wideo była w Polsce lat 80. wehikułem modernizacji, szerzyła nową ideologię opartą na tolerancji inności, wolno-

<sup>614</sup> M. Jacobsen, „Głos Wielkopolski” 2010, 17-18 VII, cyt. za: K. Wojciechowski, M.R. Makowski, G.K. Witkowski, *op. cit.*, s. 222.

<sup>615</sup> K. Wojciechowski, M.R. Makowski, G.K. Witkowski, *op. cit.*, s. 89.

ści, indywidualizmie, na razie w jarocińskiej enklawie czy na koncertach rockowych, wkrótce także w innych obszarach życia. Muzyka rockowa, a w szczególności jarociński festiwal, który jak w soczewce skupiał nastroje młodzieży, odegrał ważną rolę w kształtowaniu tolerancji. W Jarocinie bywali wszak nie tylko muzycy i fani punk rocka, ale też metalowcy, hipisi, miłośnicy Dylana czy Boba Marleya, uczestnicy grup oazowych i działacze ZSMP, rozmaite postaci niespokojne, dziwacznie ubrane i osobliwie się zachowujące. Nikogo to ani nie dziwiło, ani nie bulwersowało. Tym samym był Jarocin zaprzeczeniem tego, co przedstawiać miało w założeniu władz komunistycznych polskie społeczeństwo: zuniformizowane, „wyrównane”, szare, takie, w którym każde wyłamanie się z narzuconego autorytarnie modelu groziło nieprzyjemnościami. Jarocińska inność i kulturowa różnorodność były wstępem do tego, co wkrótce nastąpiło i czego *de facto* uczymy się z różnym skutkiem do dzisiaj – otwarcia na inność.

Choć wydawać się może, że Jarocin i zbuntowana muzyka, której przypisuje się ważną rolę w dążeniach wolnościowych, były zjawiskiem marginalnym – geograficznie Jarocin to niewielkie miasto w województwie wielkopolskim, w festiwalach brało udział około 20 tysięcy zapaleńców, stosunkowo niewiele w porównaniu z całą populacją – to należy pamiętać, że jarocińskiej muzyki słuchali młodzi ludzie w całej Polsce, a to właśnie dzięki magnetofonom kasetowym, za pomocą których nagrywano koncerty, a taśmy potem przegrywano w nieskończonej ilości kopii. Magnetofony były w powszechnym użyciu na każdym koncercie rockowym. „Na koncerty jeździ się z magnetofonem, nagrywa przez mikrofon lub jeśli się da – z konsolety realizatora, kasety krążą po kraju, są kopiowane w nieskończoność, rozpowszechniane w tym środowisku”<sup>616</sup>.

Takie praktyki na dobre uniezależniły Polaków od oficjalnych kanałów komunikacji i dystrybucji, a tym samym uwolniły od narzucanych im treści. Dzięki technologii analogowych reprodukcji budowali oni coraz większe obszary swobody. W przypadku muzyki powielano i słuchano rodzimych twórców, choć również bardzo popularne były nagrania (nielegalne – z radia lub przegrywanych kaset i płyt) artystów amerykańskich, brytyjskich czy na przykład węgierskich, jak słynne w Polsce już od lat 70. zespoły Omega, Scorpio czy Locomotiv GT. Chętnie słuchano także wyko-

<sup>616</sup> R. Jesswein, *Trzeci obieg. Trzecie pokolenie 1945-1985*, „Odra” 1985, nr 3, s. 37.

nawców włoskich – wielu z nas zapewne wciąż pamięta niewytłumaczalną popularność Druppiego. Jednak to polski rock był w latach 80. królem i manifestem zarazem.

W obszarze dystrybucji wideo polskie filmy również chętnie kopowano, szczególnie kultowe obrazy *Rejs* czy *Miś* – satyry piętnujące absurdy PRL-u, czy filmy Juliusza Machulskiego – *Vabank*, *Seksmisja*, które były dla Polaków prawdziwym objawieniem, ze względu na ich nowoczesny, inspirowany hollywoodzkimi produkcjami styl, wartką opowieść i rozrywkowy charakter.

Technologia umożliwiająca swobodny dostęp do rozmaitych treści odegrała z pewnością istotną rolę w procesie odzyskiwania przez Polaków niepodległości. Marshall McLuhan, znany kanadyjski teoretyk mediów, twierdził w swoich pismach, że technologie komunikacji są generatorami zmian społecznych, że każda zmiana kanałów komunikacyjnych wywołuje również konkretne zmiany społeczno-kulturowe czy ekonomiczne<sup>617</sup>.

Warto w rzeczy samej przyrzeć się bliżej, jaką rolę w procesach prowadzących do radykalnej zmiany w 1989 roku oprócz niewątpliwie istotnych postaci Jana Pawła II, Reagana czy działaczy „Solidarności” odegrały technologie uwalniające odbiorców od wyłącznego dyktatu rządowej propagandy. Technologie, dzięki którym Polacy zyskali dostęp do tekstów rozbudzających ich ambicje i aspiracje i nawołujących do zmiany porządków i budowania nowego, alternatywnego świata. W obu tych przypadkach amerykańska kultura popularna odegrała bardzo istotną rolę, ponieważ to przede wszystkim do niej szukano dostępu.

## 8. PODSUMOWANIE

Rozważania na temat miejsca i funkcji amerykańskiej kultury popularnej w czasach Polski Ludowej domagają się pewnego podsumowania. Jego częścią niech będzie refleksja zawarta w obrazach filmowych, które w latach 80. na fali wolnościowego fermentu zostały wyprodukowane przez polską kinematografię. Filmy są swoistym rozrachunkiem Polaków z ame-

<sup>617</sup> M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004; idem, *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrino, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Zysk i S-ka, Poznań 2001.

rykańskim mitem, tym stworzonym przede wszystkim za sprawą amerykańskiej kultury popularnej: *Był jazz* (1981) w reżyserii Feliksa Falka, *Pociąg do Hollywood* (1987) Radosława Piwowarskiego i *Nowy Jork, czwarta rano* (1987) Krzysztofa Krauzego. Wszystkie trzy obrazy opowiadają historię młodych ludzi – jazzmanów, kelnerki marzącej o karierze gwiazdy i pary z prowincjonalnego miasteczka – i pokazują, jaką rolę odgrywała Ameryka, a właściwie jej zmitologizowana wersja, w polskim społeczeństwie w różnych okresach reżimowego państwa.

Film Feliksa Falka, mocno inspirowany faktami i prawdą historyczną – kanwą scenariusza są losy Melomanów, dowodzonych przez Jerzego „Dudusia” Matuszkiewicza – jest z jednej strony rozrachunkiem ze stalinizmem, ale z drugiej pokazuje, jak ważną funkcję spełniała wtedy muzyka jazzowa, jeden z pierwszych produktów amerykańskiej kultury popularnej, który uwiódł cały świat, przy okazji bardzo go zmieniając. To jazz wszak był w znacznej części odpowiedzialny za przełamanie obyczajowych i społecznych tabu. Był muzyką wolną i wyzwalającą, choć nie była to muzyka stworzona przez wolnych ludzi – w Stanach długo po zniesieniu niewolnictwa obowiązywała segregacja, a rasizm i dyskryminacja są nieustannie obecne w amerykańskim społeczeństwie. Afroamerykanie w swojej muzyce szukali siły i zapomnienia, w niej naprawdę czuli się wolni i wartościowi. Młodzi bohaterowie filmu Falka w czasach stalinowskiej represji właśnie w jazzie odnajdywali wysepki wolności, uciekali w świat dźwięków i wyobrażeń, które te dźwięki generowały. W latach 40. i 50., zanim jeszcze jazz wykształcił swoje specyficzne polskie brzmienie, zanim powstała polska szkoła jazzu, czyli w okresie, gdy geneza tej muzyki i cały jej kulturowy background przestawały mieć znaczenie, muzycy i odbiorcy tej muzyki kojarzyli jazz z Ameryką i amerykańskimi wartościami. Dla Leopolda Tyrmanda, jak pamiętamy, była to muzyka silnie nasycona ideologicznie, muzyka zaangażowana, walcząca, której semiotyczna aura stawiała opór totalitaryzmowi.

Rzeczywiście, w pewnym sensie przez cały okres Polski Ludowej pewne elementy amerykańskiej kultury popularnej były postrzegane jako rodzaj symbolicznego oporu, który służył kwestionowaniu słuszności propagowanego przez władze światopoglądu – były między innymi dżinsy czy muzyka rockowa. Jednak podobnie jak to się dzieje w systemie kapitalistycznym, który zawłaszcza symbole oporu, konformizuje je, okrada



z głębokich znaczeń i wdraża w mechanizmy rynkowe<sup>618</sup>, również władze partyjne w odgórnie podjętych decyzjach przejęły kontrolę i podporządkowały sobie rozmaite reprezentacje oporu i uczyniły je narzędziami panowania nad społeczeństwem. Tak stało się do pewnego stopnia między innymi z jazzem.

Pozostałe filmy, utrzymane w konwencji komediowej, pokazują bardziej uniwersalną, mniej zaangażowaną politycznie czy ideologiczną funkcję amerykańskiej kultury, odwołującą się do kategorii „Ameryki wyobrażonej”. Oto w filmie Radosława Piwowarskiego Mariola Wafelek, przez wszystkich nazywana Merlin, młoda bufetowa, pracująca w zwykłym polskim pociągu krajowych relacji, marzy o tym, by zagrać w prawdziwym hollywoodzkim filmie, by stać się drugą Marilyn Monroe, której postać zauroczyła ją, gdy jako mała dziewczynka obejrzała gdzieś w strażackiej remizie *Pół żartem, pół serio*. Polska Merlin nie tylko marzy, ale też działa, pisze listy do samego Billy’ego Wildera. „Treścią filmu jest przestrzeń, jaka rozciąga się między rzeczywistością, kurzem życia a niebem marzeń, i to, w jaki sposób bohaterowie próbują przebyć tę drogę. Zawsze mnie fascynowało, że marzenia, które w jakiś sposób sterują naszym dorosłym życiem, rodzą się w dzieciństwie” – mówi reżyser filmu. Te marzenia w filmie Piwowarskiego są ewokowane przez najslynniejszą fabrykę marzeń na świecie – Hollywood, które dla bohaterki jawi się nie jako konkretne miejsce na mapie, lecz raczej byt wyobrażony, bardziej przestrzeń z filmów, które oglądała, niż faktyczne centrum amerykańskiego przemysłu filmowego.

Podobnie bohaterowie filmu Krauzego – młodzi ludzie z sennego, prowincjonalnego miasteczka wyobrażają sobie Nowy Jork i marzą, by się tam dostać. Takie fantazjowanie o Ameryce było typowe dla wielu Polaków, którzy wyobrażenia o tym kraju snuli na podstawie obejrzanych filmów, wysłuchanych piosenek czy nawet zwykłych produktów konsumpcyjnych. W tych wyobrażeniach Ameryka miała soczystość technikoloru, słodycz spojrzenia Marilyn Monroe oraz siłę i prawość Gary’ego Coopera.

Jednak w tych wizjach Ameryki Polacy znajdowali jeszcze jedną istotną wartość – wizualizację własnych aspiracji i dążeń do nowoczesności.

<sup>618</sup> T. Frank, *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, University of Chicago Press, Chicago 1998, s. 7.

W filmie Krauzego bar Błysk, centrum rozrywkowe w małym prowincjonalnym, miasteczku, w którym drugim istotnym punktem jest więzienie, zostaje zestawione z wizją życia w Nowym Jorku, stolicy świata i centrum wszechrzeczy. Śmiałe to marzenia, a co więcej, marzenia mające szansę się spełnić – bohaterowie filmu dostają od przyjaciela zaproszenie do Nowego Jorku, do Merlin dzwoni sam Billy Wilder. Polaków w inną rzeczywistość poprowadzi wkrótce sam Gary Cooper.

## ROZDZIAŁ 5

### SPOTKANIE TRZECIE. W CIENIU AMERYKANIZACJI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W CZASACH TRANSFORMACJI

Czekaliśmy na to od dawna i doczekaliśmy się<sup>619</sup>.

#### I. ZARYS SYTUACJI POLITYCZNO-SPOŁECZNEJ

Koniec lat 80. był niezwykle burzliwy. Postępujący kryzys gospodarczy, społeczny, wreszcie ideologiczny ZSRR sprawiał, że sowieckie mocarstwo nie było w stanie utrzymywać kontroli nad państwami zależnymi w dotychczasowym zakresie. Od marca 1985 roku przywódcą Związku Radzieckiego był Michaił Gorbaczow, który rozpoczął „proces reform wewnętrznych (*perestrojka*) i działania mające na celu zmniejszenie napięcia międzynarodowego, co spotykało się z pozytywną reakcją Reagana. Moskwa ze strażnika ideologicznej ortodoksji i stolicy agresywnego supermocarstw stawała się miejscem, w którym pojawiły się impulsy do reform i zmian w układzie sił na świecie”<sup>620</sup>.

Zmiany te wpłynęły na rozwój wydarzeń w państwach europejskich będących w politycznej zależności od Moskwy. W Czechosłowacji, na Węgrzech, a także w NRD coraz odważniej zaczęły demonstrować swoje po-

<sup>619</sup> Odpowiedź Aleksandra Kwaśniewskiego na deklarację Billa Clintona o przyjęciu Polski do NATO, wygłoszona podczas wizyty amerykańskiego prezydenta w Warszawie w 1997 roku.

<sup>620</sup> A. Paczkowski, *Stan wojenny i „powojenny”*, [w:] *PRL od grudnia 70...*, s. 261.

stulaty ruchu wolnościowe i demokratyczne. Powoli zaczęto rozszczelniać granice. Wielu mieszkańców krajów obozu wschodniego uciekło na Zachód – szczególnie aktywni byli obywatele NRD, którzy korzystając z nieodkniętej granicy węgiersko-austriackiej, masowo wyjeżdżali do Austrii, a potem do Niemiec Zachodnich.

Postępujący kryzys sowieckiego mocarstwa przypadł na lata prezydentury Reagana, którego konfrontacyjna postawa wymuszająca odpowiedź ze strony słabnącej Moskwy przyspieszyła erozję komunizmu w całym bloku wschodnim. Pod koniec lat 80. wiatr zmian był już wyraźnie odczuwalny. Zmianę, jaka zachodziła w ZSRR, najszybciej wykorzystali Polacy. Kluczowym momentem, który zapoczątkował cały łańcuch przemian polityczno-ekonomicznych w obozie socjalistycznym, były pierwsze częściowo wolne wybory przeprowadzone 4 czerwca 1989 roku, których wynik zmienił układ sił politycznych – zwyciężyli w nich kandydaci „Solidarności”, zaś strona reżimowa poniosła spektakularną porażkę.

Twarzą tych przemian był niewątpliwie Lech Wałęsa, jednak jedną z ikon stał się Gary Cooper, który na słynnym plakacie Tomasza Sarneckiego, trzymając w dłoni kartę do głosowania zamiast colta, symbolicznie przeprowadził Polaków w nową rzeczywistość. Plakat Sarneckiego był także kwintesencją emocji, jakie do Ameryki żywili Polacy w poprzedniej dekadzie, gdy w trudnych czasach postrzegali Biały Dom jako rzeczywistego rzecznika interesów narodu polskiego. W obszarach interpretacyjnych plakatu „Solidarności” pojawia się również postać Reagana, który znany był z wykorzystywania symboliki Dzikiego Zachodu w budowaniu swego wizerunku. Jednak najbardziej, jak twierdzi sam twórca plakatu, zaważyła znajomość amerykańskiej kultury popularnej, w tym przypadku westernu, z którego ikonografią Polacy byli dobrze zaznajomieni.

Szukałem bohatera, takiego „jedyne go sprawiedliwego”, który poprzez swój wspaniały, szlachetny, nieskazitelny wizerunek byłby w stanie udźwignąć ciężar ponad miarę jednego człowieka. Idealnym rozwiązaniem było znalezienie kogoś powszechnie znanego, lecz nie obarczonego odium naszych czasów, większej lub mniejszej polityki. Dlatego nie zdecydowałem się na wizerunek Jana Pawła II czy Lecha Wałęsy, ale właśnie Gary’ego Coopera. Przez długie lata PRL-u w naszym czarno-białym telewizorku gościli bohaterowie westernów *Bonanza* czy

*Siedmiu wspaniałych*. Komunistyczne władze nie stawiały tu obostrzeń i filmy te miały rację bytu na równi z *Czterema pancernymi*<sup>621</sup>.

Z jednej strony dziwić może fakt, że w tak istotnym momencie historycznym artysta wykorzystuje motyw z kultury kraju tak geograficznie odległego, z drugiej, wiedząc, jak często w czasach Polski Ludowej Polacy sięgali do zasobów amerykańskiej kultury popularnej, aby wykorzystywać jej symbole czy artefakty w charakterze znaków oporu czy buntu, wybór ten wydaje się jak najbardziej naturalny. Wziąwszy pod uwagę fakt, że to od Polski zaczęły się wielkie przemiany w innych krajach obozu komunistycznego, Gary Cooper z plakatu Sarneckiego był jednym z pierwszych symbolicznych wodzów jesieni ludów, co znów w przenośny sposób odzwierciedlało pozycję Stanów Zjednoczonych jako niekwestionowanego zwycięzcy w zimnowojennym konflikcie.

## 2. ZAANGAŻOWANIE STANÓW ZJEDNOCZONYCH W PROCESY TRANSFORMACYJNE

Stany Zjednoczone aktywnie wspierały proces przemian demokratycznych w Polsce na różnych płaszczyznach. Politycznie bardzo wiele znaczyły częste wizyty amerykańskich prezydentów w Polsce. Już w lipcu 1989 roku złożył wizytę George Bush, który spotkał się zarówno z Wojciechem Jaruzelskim, jak i przedstawicielami „Solidarności”. Z drugą wizytą przyjechał Bush dwa lata później na uroczystości pogrzebowe Ignacego Paderewskiego. Bill Clinton, za którego prezydentury Polska została przyjęta do NATO, odwiedził Polskę w 1994 i 1997 roku. Zważywszy, że przed rokiem 1989 prezydenci USA byli w Polsce tylko trzy razy, te cztery prezydenckie wizyty były niewątpliwym symbolem dokonującej się zmiany. Również przedstawiciele władz polskich bywali znacznie częściej w Białym Domu, niż to miało miejsce wcześniej: premier Mazowiecki, prezydent Kwaśniewski i najmiley w USA witany Lech Wałęsa, dla Amerykanów

<sup>621</sup> T. Urzykowski, *Ten plakat nikomu się nie podobał*, wywiad z Tomaszem Sarneckim, „Gazeta Wyborcza. Gazeta Stołeczna” 2009, 5 VI, [online] [http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34880,6689804,Ten\\_plakat\\_nikom\\_u\\_sie\\_nie\\_podobal.html](http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34880,6689804,Ten_plakat_nikom_u_sie_nie_podobal.html), dostęp: 5 VI 2009.

symbol przemian, prawdziwy bohater i pogromca komunistycznego potwora, za co Amerykanie uhonorowali go Prezydenckim Medalem Wolności. Za spotkaniami głów państw i polityków szły też konkretne decyzje, umowy i porozumienia – traktat o stosunkach handlowych i gospodarczych, którego podpisanie uzależniono od zaakceptowania przez Polskę międzynarodowych standardów ochrony praw w zakresie własności intelektualnej i przemysłowej, ostatecznie zawarty w 1994 roku, otwarcie konsulatu polskiego w Los Angeles, zniesienie ograniczeń w poruszaniu się dyplomatów, siedemdziesięcioprocentowa redukcja polskiego zadłużenia wobec rządu USA czy zniesienie wiz dla Amerykanów. I wreszcie najważniejsze wydarzenie – przyjęcie Polski do NATO.

Transformacyjne przemiany były także wspierane przez rozmaite amerykańskie bądź polsko-amerykańskie organizacje. Do Polski przyjeżdżali ochotnicy z Amerykańskiego Korpusu Pokoju, niezależnej agencji federalnej, którą do życia powołał w 1961 roku prezydent John F. Kennedy. Misja Korpusu trwała przez jedenaście lat (1990-2001), w ciągu których wolontariusze wspomagali Polaków w różnych obszarach: drobnej przedsiębiorczości, ochrony środowiska, wyrównania szans – tu szczególnie aktywność wykazywano przy pomocy kobietom „w rozwiązywaniu problemów, dotyczących między innymi wyboru, planowania i realizacji kariery oraz kwestii związanych ze zdrowiem”<sup>622</sup>. Najbardziej widoczny jednak obszar działalności Korpusu Pokoju dotyczył edukacji. W 1992 roku, dzięki dotacji fundacji Liberty Bell (finansowanej przez prywatnego sponsora Edwarda Piszka, Amerykanina polskiego pochodzenia) rozpoczęto program nauczania języka angielskiego<sup>623</sup>. Wolontariusze Korpusu Pokoju pracowali w polskich szkołach, szczególnie tych funkcjonujących na obszarach wiejskich, gdzie trudno było o nauczycieli języków zachodnich. Kontakt z żywym językiem i najprawdziwszym Amerykaninem był na początku lat 90. dla Polaków doświadczeniem zupełnie nowym.

Kolejną niezwykle istotną organizacją był powołany do życia w 1990 roku Polsko-Amerykański Fundusz Przedsiębiorczości (Polish-American Enterprise Fund), który utworzył i rozwinął wiele firm oraz instytucji odgrywających dzisiaj ważną rolę w polskiej gospodarce. Zainicjował także

---

<sup>622</sup> Amerykański Korpus Pokoju w Polsce, *Kalendarium*, [online] [http://korpus.karta.org.pl/?page\\_id=2](http://korpus.karta.org.pl/?page_id=2), dostęp: 16 V 2015.

<sup>623</sup> *Ibidem*.

programy kredytowe dla małych i średnich firm, wspomógł utworzenie pięciu banków, w tym pierwszej w Polsce instytucji oferującej kredyty hipoteczne. Z inicjatywy Funduszu w roku 2000 utworzono Polsko-Amerykańską Fundację Wolności (Polish-American Freedom Foundation) – pozarządową organizację, której celem jest utrwalanie efektów transformacji w Polsce i prac zainicjowanych przez Polsko-Amerykański Fundusz Przedsiębiorczości. Fundacja działa „na rzecz równych szans startu życiowego i zawodowego oraz reform w dziedzinie edukacji, administracji publicznej i służby zdrowia, a także wspiera przemiany systemowe oraz rozwój obszarów wymagających szczególnej pomocy (...)”<sup>624</sup>.

Ważnym obszarem zdynamizowanej współpracy polsko-amerykańskiej było szkolnictwo wyższe i wymiana naukowa. Uczelnie coraz częściej podpisywały umowy o współpracy, naukowcy dostawali granty i stypendia. Współpraca tego typu miała miejsce już w czasach Polski Ludowej, lecz na znacznie mniejszą skalę. Stypendyści amerykańscy również coraz częściej przyjeżdżali do Polski, czyniąc nasz kraj obiektem swoich naukowych zainteresowań.

Te i inne inicjatywy, bliska współpraca w różnych obszarach, a przede wszystkim pomoc ekspercka, dzielenie się cennymi doświadczeniami z Polakami sprawiło, że obraz Ameryki jako otwartego, przyjaznego i szczodrego kraju znacznie się wzmocnił, skonkretyzował, przestał być tylko wyobrażeniem, a przybrał postać konkretnych ludzi, działań i efektów tych działań. Właśnie czynnik ludzki wydaje się szczególnie ważny z perspektywy naszych rozważań. Ci Amerykanie uczący angielskiego w polskich szkołach, doradzający w polskich firmach lub po prostu przyjeżdżający po zniesieniu wiz z ciekawości byli propagatorami amerykańskiej kultury i wartości. Wielu z nich zostało w Polsce, dalej nauczając języka w prywatnych szkołach językowych, otwierając własne firmy czy zaczynając działalność artystyczną i wpływając swoim zaangażowaniem na polską rzeczywistość. Ten niezwykle ciekawy temat wymaga jednak osobnego projektu badawczego, w którym przyjrzeć się można bliżej Amerykanom i ich aktywności w Polsce.

<sup>624</sup> Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności, *Misja Fundacji*, [online] <http://www.pafw.pl/misja/>, dostęp: 17 VI 2015.

Według badań przeprowadzonych przez CBOS w październiku 1999 roku 60% Polaków bardzo pozytywnie oceniało pobyt Amerykanów w Polsce, uznając ich tym samym za nację, która przynosi naszemu krajowi najwięcej korzyści<sup>625</sup>. Oto kilka najbardziej widocznych z poziomu przeciętnego mieszkańca Krakowa (subiektywny wybór) inicjatyw aktywnych obywateli amerykańskich: księgarnia Massolit, która umożliwiła dostęp do tanich książek i publikacji amerykańskich oraz wprowadziła do Krakowa formułę księgarnio-kawiarni, Cupcake Corner Bakery, w tej chwili już sieć kawiarni, która rozpropagowała w Polsce amerykański produkt cukierniczy. Sądząc po dynamice rozwoju firmy, z sukcesem – firma zaczęła w 2010 roku od jednego punktu w mniej uczęszczanym rejonie starego Krakowa, dziś ma już dwa inne lokale w prestiżowych krakowskich lokalizacjach oraz jeden w stolicy. W obszarze działalności artystycznej znana w Krakowie grupa muzyczna The Silver Owls grająca „dreamy cowboy retro-america”<sup>626</sup> jest projektem mieszkających w Krakowie od lat Amerykanów i Kanadyjczyków.

Takich inicjatyw, działalności, projektów i Amerykanów je tworzących jest w Krakowie znacznie więcej, podobnie jak zapewne na Śląsku, Pomorzu, Warszawie czy w małym powiatowym mieście. Ich obecność stała się zauważalna na tyle, że Amerykanka właśnie została bohaterką jednego z najsłynniejszych i niewątpliwie najlepszych współczesnych polskich seriali zatytułowanego również „z amerykańska” *Ranczo*. Serialowa Lucy, która zdobywa zaufanie lokalnej społeczności w prowincjonalnych Wilkowjach, będących w zamyśle twórców metaforą Polski, jest młoda, energiczna, bezkompromisowa i odważna. To dzięki niej lokalna społeczność, zdominowana przez wójta satrapę, niepewna siebie i jutra, odzyskuje wiarę w swój potencjał i przekonanie: *Yes! We can! Ranczo* bije rekordy popularności, uczy Polaków zasad współczesnego globalnego świata, a liderem w tej nowej rzeczywistości jest młoda Amerykanka, o polskich korzeniach, która po spektakularnej pracy wykonanej przez kowbojów dwie dekady wcześniej próbuje zmieniać bardziej przyziemną, codzien-

---

<sup>625</sup> CBOS, Komunikat z badań BS/161/99: Stosunek do obcokrajowców przebywających w Polsce, Warszawa, X 1999, [online] [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/1999/K\\_161\\_99.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/1999/K_161_99.PDF), dostęp: 18 VI 2015.

<sup>626</sup> Profil zespołu The Silver Owls na Facebooku: <https://mbasic.facebook.com/TheSilverOwls?ref=stream&refid=17>, dostęp: 16 VI 2015.



ną rzeczywistość. Lucy z jednej strony prezentuje pewien stereotyp Amerykanki, a z drugiej uosabia wizję Ameryki, jaką Polacy od lat nosili w swoich wyobrażeniach; Ameryki prawej, nowoczesnej, sprawiedliwej, energicznej i zaangażowanej, którą twórcy serialu przeciwstawiają wciąż zacofanej, leniwej, nieporadnej Polsce. Serialowe Wilkowyje i postaci je zamieszkujące to jednak temat na zupełnie inne rozważania, choć niewątpliwie warte wspomnienia, choćby w kontekście pojawiających się coraz częściej i coraz liczniej Amerykanów, którzy postanawiają zostać w Polsce na dłużej lub na zawsze i rozprzestrzeniać mniej lub bardziej świadomie swój amerykanizm.

Od początku lat 90. Amerykanie pojawiali się w Polsce również w sprawach czysto zawodowych na dłuższe lub krótsze kontrakty. I ten obszar aktywności stał się wtedy i do dziś pozostaje najbardziej dynamiczny. Coraz więcej firm amerykańskich zaczęło postrzegać Polskę jako obiecujący rynek zbytu, ziemię nieodkrytą i pustą, gdzie gospodarka wolnorynkowa dopiero się rodzi i gdzie każda niemal inicjatywa gospodarcza jest skazana na sukces. Dzięki wolnemu rynkowi i przedsiębiorczości ludzi, bardziej niż za sprawą decyzji politycznych, Polska została wchłonięta w sieć globalnych relacji. Duże korporacje amerykańskie przysyłały do Polski pracowników, którzy otwierali przedstawicielstwa, budowali sieć punktów obsługi, fabryk, centrów finansowych *etc.* Ten proces w kolejnych latach, w miarę jak Polska nabierała wiarygodności w oczach amerykańskich inwestorów, przybierał na sile. Wielkie amerykańskie korporacje o globalnym zasięgu zrewolucjonizowały wiele aspektów polskiego życia – wysyp restauracji typu fast food, dużych centrów handlowych, wszechobecna reklama zmieniły polskie nawyki żywieniowe, formy spędzania wolnego czasu, wpłynęły na rozwój postaw konsumenckich. Amerykański biznes uczynił dostępnymi te produkty, które do niedawna były absolutnymi rarytasami tylko dla wybranych. Ten czas przypominał okres międzywojnia, kiedy to wiele amerykańskich firm postanowiło zaistnieć na polskim rynku, tyle że tym razem dynamika zmian i spowodowany nią chaos były znacznie bardziej odczuwalne.

### 3. RÓŻNE WZORCE, RÓŻNE WARTOŚCI – POLACY WOBEC TRAUMY KULTUROWEJ

Po niemal 50 latach wykluczenia Polska gospodarka, społeczeństwo i kultura zaczęły chłonać wszystko to, co Zachód w tym czasie systematycznie wypracował. Stąd też lata 90. charakteryzuje przede wszystkim ogromna erupcja energii, którą wyzwali z siebie sami Polacy, oraz tej, która płynęła do Polski z zewnątrz. Był to także czas niezwykle wprost chaosu – ideowego, estetycznego, aksjonormatywnego, co prowadziło do anomii i niesprawnego funkcjonowania systemu społecznego. Każdy szukał swojego miejsca, swojej formuły, stare zderzało się z nowym, kapitalistyczne z komunistycznym. „Lata 90. to bez-czas, moment, w którym każdą potencjalność traktowano jako możliwą do realizacji”<sup>627</sup>. Potencjalność zderzona z brakiem umiejętności, niewiedzą i nieporadnością dawała opłakane rezultaty. Proces zmian generował skutki uboczne, zjawiska nieprzewidywalne, dotąd nieznane. Sztompka twierdzi, że „rewolucja roku 1989” zainicjowała „zmianę społeczną o potencjale traumatogennym”<sup>628</sup>, czyli taką, która dokonuje się nagle, szybko, równocześnie obejmuje różne dziedziny życia, a sam charakter zmiany jest radykalny i głęboki<sup>629</sup>. „Zmiana traumatogenna – nawet gdy postępową, oczekiwaną, triumfalną – oddziałuje niekorzystnie na społeczeństwo, oznacza dezorganizację, dyslokację, wytrącenia społeczeństwa ze stanu równowagi. (...) zaś najbardziej wrażliwą tkankę społeczną stanowi kultura (uniwersum wartości, norm, reguł, wzorów, symboli, sensów)”. Dzieje się tak dlatego, że kultura, jak dowodzi Sztompka, „cehuje się inercyjnością, zakotwiczeniem w tradycji czy pamięci zbiorowej, rytuałach, rutynach, zwyczajach i obyczajach. (...) A w skali indywidualnej najbardziej czuły jest osobisty refleks kultury i osobowości jednostki, jej zinternalizowana tożsamość kulturowa, która dyktuje jej trwałe lojalności, więzi, nawykowe sposoby myślenia i postępowania”<sup>630</sup>.

<sup>627</sup> J. Banasik, *Lata 90.: bez-czas i czasy równoległe*, „Dwutygodnik” VI 2011, wyd. 58, [online] <http://www.dwutygodnik.com/artukul/2271-lata-90-bez-czas-i-czasy-rownolegle.html>, dostęp: 8 II 2015.

<sup>628</sup> P. Sztompka, *Socjologia. Analiza...*, s. 461.

<sup>629</sup> *Ibidem*, s. 456.

<sup>630</sup> *Ibidem*, s. 457.

Zmiana 1989 roku niewątpliwie wywołała w polskim społeczeństwie traumę kulturową, choć jak dowodzi Sztompka, nie tak silną jak w innych krajach obozu. Stało się tak dlatego, że po pierwsze, w Polsce stopień dezorganizacji i dezorientacji wywołanej przełomem postkomunistycznym był stosunkowo niski z powodu niskiej akceptacji dawnej kultury, od dawna przez Polaków krytykowanej i odrzucanej. Po wtóre, Polacy odczuwali niewielki dysonans między kulturą starą a nową z powodu funkcjonowania enklaw środowiskowych, które były już związane z nową kulturą, uległy tzw. socjalizacji antycypującej – chodzi tu o „kosmopolitycznie zorientowane środowiska twórcze, kapitalistycznie zorientowane środowiska prywatnej inicjatywy czy pielęgnujące etos demokratyczny środowiska opozycyjne”<sup>631</sup>. Po trzecie wreszcie, polskie społeczeństwo charakteryzowała duża otwartość na kulturę rozwiniętego Zachodu, z którą Polacy od lat mieli kontakt – czy to poprzez media, film, czy za sprawą bezpośrednich kontaktów dzięki podróżom na Zachód. Mimo to nie obeszło się bez pewnych traumatycznych przeżyć. Polska, wraz z innymi krajami obozu sowieckiego, została gwałtownie wciągnięta w obszar, w którym zmiany następowały na skalę dotąd w historii niespotykaną, obszar działania procesów globalizacyjnych napędzanych wolnorynkową ekonomią i dynamicznym postępem technologicznym oraz niestabilnych stosunków społecznych zmieniających się pod wpływem najrozmaitszych czynników – migracji, mód i różnorodnych trendów. Świat zachodni przez lata przyzwyczajał się do tych zmian, oswajał je stopniowo. Reżim natomiast izolował Polskę od nich i budował zupełnie inne więzi, lojalności, przyzwyczajenia, wartości.

Czas zapytać, jakie było miejsce amerykańskiej kultury popularnej w Polsce lat 90. W wielu aspektach forma i postać, w jakiej zaistniała z taką gwałtownością w naszym krajobrazie semiotycznym, przypomina czas tuż po I wojnie światowej, gdy jak pamiętamy, amerykańska kultura znaczyła postęp i nowoczesność, stanowiła opozycję do tych obszarów kultury rodzimej, które były zacofane, prowincjonalne, wywodzące się z klimatów bogoojczyźnianych albo cikliwego sentymentalizmu rodem z XIX wieku. Amerykańska kultura – film czy jazz – była powiewem wielkiego, nowoczesnego świata. Budziła zachwyt i uwielbienie jednych, tych

<sup>631</sup> *Ibidem*, s. 462.

młodszych, bardziej otwartych, oraz oburzenie i silny sprzeciw innych, bardziej ufnych w słuszność tradycyjnych wartości, form czy estetyk. W latach 90. po raz pierwszy od niemal 50 lat miała zaistnieć nie w formie skrycie przez ludzi wielbionej, wykorzystywanej w celu zademonstrowania postaw opozycyjnych czy buntowniczych, lecz stała się istotną częścią kultury głównego nurtu z niczym nieograniczonym, niecenzurowanym dostępem. Co więcej, to amerykańska kultura popularna dominowała kulturowy mainstream, nie tylko poprzez to, że była w nim bardzo intensywnie i ekstensywnie obecna, lecz także dlatego, że wyraźnie wpływała na rodzimą kulturę popularną.

#### 4. AMERYKANIE W MAINSTREAMIE ALBO CZY GROZI NAM AMERYKANIZACJA?

Polskie kino lat 90. pozostawało pod silnym wpływem hollywoodzkiej poetyki, polskie produkcje telewizyjne silnie inspirowały się ofertą telewizji amerykańskiej. W nowej rzeczywistości pojawiły się nowe, magiczne terminy, które determinowały ofertę kulturalną, a były to oglądalność, kasowość, przychody. Kultura popularna przestała być narzędziem władzy, traciła też nadzór intelektualnych elit, została poddana mechanizmom rynkowym i stała się towarem, dziedziną, w której najważniejsze okazało się generowanie zysków. Wartości kulturalne czy edukacyjne przestały mieć znaczenie, ważne stały się wskaźniki ekonomiczne. Wkroczenie amerykańskiej kultury do mainstreamu automatycznie wypchnęło z niego to, co było obecne przed rokiem 1989. Filmy rosyjskie, rumuńskie czy węgierskie przeszły do obszaru, który możemy nazwać alternatywnym. Znacznie mniej prezentowano także, czy to w kinie, czy w telewizji, produkcji francuskich i brytyjskich. Poważny edukacyjny dyskurs ustąpił miejsca rozrywce.

To, co jeszcze w latach 80. było reglamentowane i rzadko prezentowane polskiemu odbiorcy, w latach 90. opanowało dyskurs kultury popularnej. To, co w latach 80. Polacy tak chętnie oglądali w kulturowym podziemiu na wideo, teraz dominowało: filmy akcji, komedie romantyczne, porno, wideoklipy czy reklamy – kolorowe, migotliwe i proste w odbiorze. W tym kontekście kultura popularna była przyczyną traumy kulturowej

u dawnych elit intelektualnych, które straciły swoją niegdysiejszą, uprzywilejowaną pozycję. Max Cegielski w dyskusji na temat lat 90. toczonej na łamach „Dwutygodnika” mówi:

Problem polega właśnie na tym, że elity intelektualne, społecznie dokonały przewrotu politycznego, zapominając o tym, że w związku z przewrotem przestaną pełnić swoją rolę. To dziwnie analogiczne do tego, że robotnicy w Stoczni obalili komunizm, aby stracić pracę. Oni byli pierwszymi ofiarami przemiany politycznej. Dlatego jest to być może czas porażki, nastąpił świat, w którym elity nie potrafiły się odnaleźć. W latach 90. było też takie zjawisko obrażania się. Na przykład na disco polo. Obrażenie się elity, która wie, czym jest wysoka kultura, kultura przez duże K i sztuka przez duże S<sup>612</sup>.

Amerykańska kultura popularna, podobnie jak w czasach reżimu i jak na Zachodzie, nie cieszyła się poważaniem elit intelektualnych, które krytykowały ją między innymi za brak wartości estetycznych czy moralnych, propagowanie trywialnych treści i wreszcie manipulację odbiorcami.

Już w latach 90. coraz częściej przywoływanym przez elity terminem jest „amerykanizacja”. W 1997 roku Ośrodek Studiów Amerykańskich we współpracy z Polsko-Amerykańską Komisją Fulbrighta zdecydował się poświęcić zjawisku amerykanizacji Polski konferencję naukową, starając się odpowiedzieć na pytanie: *Czy Polska jest amerykanizowana? (Is Poland Being Americanized?)*. Sądząc po zawartości publikacji konferencyjnej, w roku 1997 zjawisko amerykanizacji rozumiano bardzo szeroko. Obejmowało ono zarówno wejście na polski rynek amerykańskiego przemysłu filmowego, co dokładnie przypomina dwudziestolecie międzywojenne, jak i obecność restauracji fastfoodowych czy zastosowanie w polskim systemie szkolnictwa wyższego pewnych zasad z systemu amerykańskiego. Dostrzegano również wpływ amerykańskiego biznesu na polską kulturę biznesową.

Przedmiotem refleksji stała się także obecność w Polsce amerykańskiej literatury. Franciszek Lyra dokonuje bardzo wartościowego podsu-

---

<sup>612</sup> Lata 90.: *It's so najtis. Dekada wstydu?*, „Dwutygodnik” VI 2011, wyd. 59, [online] <http://www.dwutygodnik.com/artukul/2367-lata-90-it%E2%80%99s-so-najtis-dekada-wstydu.html>, dostęp: 9 II 2015.

mowania polskiego rynku wydawniczego z perspektywy autorów amerykańskich, a jego spostrzeżenia stanowią bardzo uniwersalny opis zmian, jakie nastąpiły w tym obszarze w warunkach gospodarki wolnorynkowej. Mechanizmy tych zmian dotyczą nie tylko literatury, lecz także innych obszarów kultury. Jak pamiętamy, w późnych latach 50. wydano sporo książek amerykańskich autorów. Były to nazwiska dużego kalibru, klasyka amerykańskiej literatury: Hemingway, Faulkner, Steinbeck. Przez cały okres Polski Ludowej również publikowano Amerykanów, którzy zdobyli uznanie nie tylko czytelników, ale też krytyków i znawców literatury. Były to pozycje elitarne, aspirujące do dzieł refleksyjnych, rozwijających intelektualnie, poszukujących i zadających trudne pytania. Lyra wspiera swoje rozważania danymi statystycznymi i chcąc zilustrować stan amerykańskiej literatury w Polsce lat 90., porównuje liczbę wydanych autorów i tytułów w dwóch dziesięcioleciach<sup>633</sup>: w ostatniej dekadzie PRL, w latach 1979-1987, wydano w Polsce książki 114 amerykańskich pisarzy, zaś w dziesięcioleciu między 1989 a 1997 rokiem opublikowano utwory 1150 pisarzy amerykańskich<sup>634</sup>. Zajęło się tym około 250 wydawców, którzy pojawili się na polskim rynku księgarskim, w tym firmy zagraniczne, takie jak Noir sur Blanc czy Harlequin.

Jak się jednak można domyślać, wiele wydanych tytułów było „zupełnie absurdalnej jakości”<sup>635</sup>. Postawiono na „masową produkcję amerykańskich literackich »michałków«, obniżanie standardów estetycznych i utratę holistycznego oglądu amerykańskiej kultury literackiej, co skutkowało pomieszaniem artystycznych walorów”<sup>636</sup>. Niektórzy pisarze, jak William Wharton czy Jonathan Carroll, z zupełnie niewytłumaczalnych względów cieszyli się ogromnym uznaniem i polskich czytelników, i co dziwniejsze, polskich krytyków. Polscy wydawcy postawili na amerykańską literaturę lekką, łatwą i przyjemną. Za najważniejszą uznano funkcję rozrywkową literatury, lekceważąc pozycje bardziej wartościowe i wymagające. Posta-

<sup>633</sup> Lyra zaznacza, że w statystykach ujęto poezję, literaturę dla dzieci i młodzieży, lecz pominięto literaturę faktu i biografie słynnych Amerykanów, a tych ostatnich ukazywało się między 1989 a 1997 rokiem całkiem sporo: „(...) trzy Clintona; tyle samo Michaela Jacksona; jedna Billa Gatesa; dwie Danielle Steel; jedna Williama Whartona. Rekord należy do Elvisa Presleya, którego życie stało się przedmiotem sześciu książek (dwóch w 1991, dwóch w 1992, jednej w 1993, jednej w 1995)” – F. Lyra, *op. cit.*, s. 31.

<sup>634</sup> *Ibidem.*

<sup>635</sup> *Ibidem.*

<sup>636</sup> *Ibidem*, s. 33.

wiono na ten rodzaj tekstów, który w poprzednim systemie był praktycznie nieobecny. Lecz to właśnie ludzie chcieli czytać, to się dobrze sprzedawało i to przynosiło zyski. Literatura amerykańska stała się autentyczną literaturą dla mas, zagospodarowując niszę polskiego rynku literackiego, którą dopiero na przełomie wieków wypełnią polscy autorzy literatury popularnej – Katarzyna Grochola, Małgorzata Kalicińska czy Marek Krajewski<sup>637</sup>.

Z dyktatem ekonomii autorytety intelektualnych elit nie miały szans. Stąd głębokie rozczarowanie i frustracja. Tym większa, że procesy, które objęły rynek wydawniczy, były obecne także w innych dziedzinach kultury, gdzie również obowiązywała zasada zaspokajania masowych gustów, bo tylko konsumujące masy gwarantowały spektakularne przychody. Masowość i obfitość pociąga za sobą ryzyko zagubienia i niemożności odróżnienia tego, co tanie, trywialne i kiczowate, od tego, co wartościowe. Elity intelektualne, posiadające zapewne odpowiednie kompetencje kulturowe, zamiast tłumaczyć i wyjaśniać, pokazywać także dobre strony takiej bardzo zdemokratyzowanej kultury, obrażały się, jak twierdzi Cegielski, bądź pogardały i kulturą popularną, i jej konsumentami.

Literatura to zaledwie jeden z obszarów, w których dochodziło do spotkania Polaków z kulturą amerykańską. W latach 90. „zaczyna dominować, jak w każdym kapitalistycznym społeczeństwie, kultura wizualna, (...) obrazy zaczynają wygrywać ze słowami”<sup>638</sup>. I to w obszarze kultury wizualnej i audiowizualnej tworzy się przestrzeń najbardziej intensywnych, dynamicznych i kontrowersyjnych zarazem spotkań z amerykańską kulturą popularną. A nadmienić należy, że nie jest to obszar, który polscy intelektualiści w tym czasie dobrze znają. O ile kino było już dziedziną znakomicie w Polsce rozwiniętą, a grono naukowców, krytyków czy praktyków filmu poruszało się w różnych obszarach filmowej materii z dużą kompetencją i swobodą, o tyle refleksja nad telewizją czy reklamą była na początku lat 90. praktycznie nieobecna. Telewizja w dawnym syste-

---

<sup>637</sup> Tu warto zwrócić uwagę na pewien charakterystyczny mechanizm działania amerykańskiej kultury popularnej na rynkach lokalnych. Wydaje się, że na pewnych etapach rozwoju rozmaitych form kultury amerykańskie teksty funkcjonują jako swego rodzaju produkt zastępczy, są konsumowane z zapalem i ochoczo dopóty, dopóki nie wykształcą się rodzime mutacje, wtedy one zaczynają przejmować coraz większy obszar kulturowej konsumpcji. Nie znaczy to wcale, że amerykańska kultura znika całkowicie, ale jej udział jest znacznie mniejszy – polska historia jazzu czy rocka potwierdza tę zasadę.

<sup>638</sup> Lata 90.: *It's so najtis...*

mie była tubą propagandową władz, które dodatkowo wykazywały ambicje edukowania społeczeństwa i dbały o poziom kultury serwowanej odbiorcom, nieistotne były jednak dla niej mechanizmy rynkowe, reklamodawcy czy wskaźniki oglądalności. A to taka właśnie telewizja potrzebowała uwagi kompetentnych ekspertów, tłumaczenia nowych zjawisk. Środowisko akademickie nie od razu uczyniło telewizję obszarem godnym refleksji naukowej, podobnie rzecz się miała z reklamą, zjawiskiem zupełnie nowym w polskim krajobrazie semiotycznym na początku lat 90. Krytycy i dziennikarze również nie posiadali wystarczającej wiedzy i narzędzi do konstruktywnych analiz tekstów kultury audiowizualnej. Przyjrzymy się zatem tym obszarom, bo to w nich najwyraźniej widać charakter zmiany, jakiej uległy spotkania Polaków z amerykańską kulturą popularną, i to właśnie w kontekście kultury audiowizualnej wywoływane są dyskusje o amerykanizacji polskiej kultury.

## 5. KINOWA KONSUMPCJA – CZY TO JESZCZE KULTURA?

Koncept amerykanizacji w dyskusjach o kinematografii amerykańskiej i jej globalnej obecności oraz niekorzystnych wpływach na kinematografię narodowe ma bardzo długą tradycję. Od wielu lat zarówno w krajach Europy Zachodniej – szczególnie we Francji, ale też w Niemczech, Włoszech czy Hiszpanii – przeciwko amerykańskiemu przemysłowi filmowemu wytaczane są ciężkie działa i oskarżenia o imperializm kulturowy. Wiele państw wypracowało specjalne narzędzia prawne i ustawowe chroniące kinematografię narodowe.

Przed wojną również w II Rzeczypospolitej pojawiały się głosy nawołujące do ograniczenia Amerykanom dostępu do polskich kin. W latach Polski Ludowej dystrybucja amerykańskich filmów była mocno obostrzona zarówno z powodów ideologicznych, jak i finansowych. Kiedy tylko technologia na to pozwoliła, Polacy sami udroznili sobie kanały do tych reglamentowanych dóbr i nabywali, dystrybuowali i oglądali je we własnym zakresie na wideo. Rok 1989 zlikwidował przeszkody ideologiczne i otworzył przed Amerykanami nowy rynek z olbrzymim potencjałem. Kluczowe dla wejścia amerykańskiej kinematografii na rynek polski było zbudowanie odpowiedniej sieci dystrybucji. Jednym z pierwszych dystry-



butorów amerykańskich filmów była założona jeszcze w 1984 roku Grupa ITI, która zajmowała się importem i eksportem sprzętu elektronicznego Hitachi, prowadzeniem agencji reklamowej oraz dystrybucją filmów na kasetach wideo. Po przełomie 1989 roku nawiązała współpracę z firmą Warner Bros., która wtedy reprezentowała także The Walt Disney Company. 15 czerwca 1990 roku ITI wprowadziła na ekrany swój pierwszy film, wyprodukowany dwa lata wcześniej obraz Stephena Frearsa *Niebezpieczne związki*. Kolejnym ważnym graczem na rynku został Roman Gutek, założyciel Fundacji Sztuki Filmowej, który zorganizował w kwietniu 1991 roku dystrybucję *Tańczącego z wilkami* w reżyserii Kevina Costnera<sup>639</sup>.

Już na samym początku lat 90. wielkie amerykańskie studia miały w Polsce swoje przedstawicielstwa: Eurocom dystrybuował filmy wytwórni Universal, Paramount i MGM/United Artists, IFDF Apollo Film reprezentowała 20th Century Fox, zaś Imperial Intercom wytwórnię Carolco Pictures<sup>640</sup>, znaną z produkcji filmów o Rambo oraz absolutnego blockbustera – filmu *Terminator 2: Dzień sądu* (1991) w reżyserii Jamesa Camerona. Wkrótce pojawiły się nowe podmioty: United International Pictures (UIP), Syrena Entertainment Group, Warner Bros., Imperial CinePix.

Dystrybucja amerykańskich filmów była bardzo dochodowym interesem. Firmy kontrolowały bowiem nie tylko rozpowszechnianie filmu w kinach, lecz także rynek wideo. Zresztą ten drugi bardzo niekorzystnie wpłynął na sytuację kinoteatrów. Ludzie zdecydowanie woleli oglądać filmy na kasetach. Było taniej, a nowości można było dzięki nielegalnym kopiom zobaczyć przed ich kinową premierą. W latach 90. boom na wideo trwał w najlepsze. W całej Polsce powstawały wypożyczalnie wideo, oferujące rozmaite filmy, choć w przeważającej części amerykańskie. Zdecydowanie uboższa była oferta filmów kinematografii europejskich, nie tylko z powodu mniejszego zainteresowania nimi, ale też z powodu generalnie mniejszej liczby tytułów produkowanych przez te kinematografie i słabszej ich promocji. Konsekwencją rozkwitu wideo było zamykanie tradycyjnych kin, szczególnie tych w mniejszych miejscowościach czy tzw. kin dzielnicowych.

<sup>639</sup> A. Gadomska, *op. cit.*, s. 20-21.

<sup>640</sup> *Ibidem*, s. 21.

Przełomowym wydarzeniem, jeżeli chodzi o strategię dystrybucyjną, było wprowadzenie na polskie ekrany niespełna dwa miesiące po światowej premierze filmu Stevena Spielberga *Park Jurajski* (1993). „Film został uznany zarówno przez widzów, jak i krytyków za coś więcej niż tylko opowieść o dinozaurach, za wydarzenie filmowe, którego premiera związana była z zakrojoną na dużą skalę akcją reklamową oraz sprzedażą rozmaitych gadżetów promujących film: podkoszulki, zabawki, etc. W Polsce premiera ta ustanowiła swego rodzaju precedens w historii kinowej dystrybucji”<sup>641</sup>. *Park Jurajski* okazał się wielkim przebojem, już w pierwszym tygodniu obejrzało go około 40 tysięcy widzów, a w sumie 2,7 miliona. Gadomska twierdzi, że właśnie ten film Spielberga rozpoczął odrodzenie polskich kin. Był to bowiem obraz tak widowiskowy, że oglądanie go na wideo pozbawiało go wielu walorów. Ludzie zapragnęli nie tylko zapoznać się z opowiadaną historią, ale też przeżyć wielkie widowisko, a to gwarantował im tylko seans kinowy.

Wkrótce nie tylko same opowiadane historie będą amerykańskiej produkcji, lecz także okoliczności ich odbioru zostaną zamerykanizowane. Oto w lipcu 1996 roku ma miejsce otwarcie pierwszego w Polsce multiplexu – warszawskiej Feminy, składającego się z czterech sal kinowych. W 1998 roku został w Poznaniu otwarty pierwszy multiplex pod marką Multikino, sieci, która rozwijała się bardzo dynamicznie, otwierając w następnych latach w kolejnych dużych miastach swoje obiekty składające się z kilku do kilkunastu sal oraz baru z przekąskami i napojami. Multiplexy w celu zmaksymalizowania zysków postawiły na konsumpcję hybrydalną. Kolejne sieci multiplexów Cinema City czy Helios na dobre zmieniły komfort oglądania – wygodne fotele, szeroki ekran, odpowiednie nagłośnienie oraz obyczaje, które towarzyszą projekcji, takie jak picie, jedzenie. Dodatkowo

„przeprowadzka” X Muzy z DKF-ów do multiplexów przyniosła ze sobą między innymi zmiany w organizacji „wystawienniczej” przestrzeni kina. Jeśli w małych kinach wciąż jeszcze napotkamy na wiszące na ścianach plakaty i fotografie odwołujące się do przeszłości filmu, jego tradycji, a nawet lokalnych kontekstów kinematograficznych, to przestrzeń multiplexów stara się być coraz bardziej ko-

---

<sup>641</sup> *Ibidem*.

smopolityczna i „sterylna” w sensie odseparowania od uwarunkowań historycznych i kulturowych<sup>642</sup>.

Multipleksy rzeczywiście odmieniły na modłę amerykańską polskie uczestnictwo w kulturze filmowej. Przeniosły ją z obszaru zarezerwowanego wyłącznie dla sztuki filmowej w obszar szeroko pojętej konsumpcji. W tradycyjnym kinie, mniej lub bardziej luksusowym, bohaterem był film, zaś „sama instytucja kina traktowana była jako przestrzeń wyzwań intelektualnych”<sup>643</sup>. W nowych warunkach film został zredukowany do produktu konsumpcyjnego, któremu towarzyszy także inny rodzaj konsumpcji – picie czy jedzenie. Samo umiejscowienie multipleksów zmieniło też narrację wydarzenia zwanego „wyjściem do kina”. Większość multipleksów jest bowiem ulokowana bądź w galeriach handlowych, bądź też w miejscach będących miejskimi enklawami handlu. W tym środowisku film staje się kolejnym przedmiotem konsumpcji, takim samym jak zrobione przed nim czy po nim zakupy. Kina starego typu aspirowały do miejsc obcowania ze sztuką poprzez odpowiednią atmosferę i rytuały, które nawiązywały do teatru – rozsuwana kurtyna, stanowiąca symboliczną granicę między rzeczywistością a magicznym filmowym światem, czy gong wzywający na seans, który spełniał funkcję informującą, ale też przywołującą widzów do porządku. Według Marcina Adamczaka w multipleksach praktyki uczestnictwa w seansie filmowym

zaczęły łączyć się z doświadczeniami shopping mallu, w których ruchome obrazy są tylko jedną z oferowanych, wizualnych przyjemności, jednym z elementów chaosu zmiennych, zmysłowych doznań. (...) Jednocześnie samo oglądanie filmu w przestrzeni multipleksu nie musi być aktywnością najważniejszą lub czynnością wręcz niekończącą. Całe otoczenie zaprojektowane jest w ten sposób, by oferować i czerpać zyski z innych aktywności konsumpcyjnych<sup>644</sup>.

<sup>642</sup> T. Zagłowski, *Kultura postkinowa, czyli widz w dobie multipleksów*, „Panoptikum” 2012, nr 11, s. 29, [online] [https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2251/Zaglewski\\_Kultura\\_postkinowa.pdf?sequence=1](https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2251/Zaglewski_Kultura_postkinowa.pdf?sequence=1), dostęp: 13 IV 2015.

<sup>643</sup> *Ibidem*, s. 28.

<sup>644</sup> M. Adamczak, *Z DKF-u do multipleksu, czyli przeprowadzka X Muzy*, [w:] *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*, red. A. Gwóźdź, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010, s. 104, *Kultury Mediów*, 2, cyt. za: T. Zagłowski, *op. cit.*, s. 28.

Aktywności konsumpcyjne, którymi kuszeni są widzowie, sam charakter przestrzeni multipleksów sprawia, że

naturalnym „produktem” filmowym oferowanym w tych przestrzeniach są tzw. *blockbustery* – wysokobudżetowe, widowiskowe filmy amerykańskie, w przypadku których cały techniczny dyskurs (poświęcony jakości obrazu i dźwięku), otaczający poszczególne sieci multipleksów, nabiera właściwego znaczenia. Oglądanie tego typu produkcji tylko i wyłącznie we „właściwych warunkach” projekcji wielosalowej wymusza zatem ciągle udoskonalanie systemów odtwarzania filmów na wielkim ekranie. Z drugiej strony same *blockbustery* ewoluują w zakresie swojej estetyki, dążąc do wywoływania coraz bardziej immersyjnych wrażeń<sup>645</sup>.

Ta nowa jakość kinowego doświadczenia sprawiła, że właśnie multipleksy znów przyciągnęły widzów do kin, i to głównie w nich ma miejsce spotkanie z najbardziej reprezentatywnymi tekstami amerykańskiej kultury popularnej w prawdziwie amerykańskim stylu. Raczej próżno szukać w multipleksach filmów trudnych, kontrowersyjnych, stawiających intelektualne wyzwania. Zważmy, że znaczna część oferty tego typu kin to tzw. kino familijne, przeznaczone dla dorosłych i ich dzieci, chodzi zatem zarówno o treściową przystępność tych obrazów, jak i o aspekt edukacyjny, a przynajmniej niedemoralizujący.

Dynamiczny rozwój nowych mediów, powszechność Internetu, ale także rosnąca kompetencja kulturowa społeczeństwa wydają się na nowo interpretować koncept kultury filmowej. Gdy okazało się, że współczesny widz jest bardziej aspirujący, bardziej poszukujący, a kultura głównego nurtu nudzi go swoją przewidywalnością i brakiem wysublimowania, pojawił się pomysł zamienienia multipleksu w *art house*. W 2012 roku wrocławski multipleks Helios posiadający dziewięć sal i 2500 miejsc został zamieniony w największe w Europie kino studyjne, a to oznacza, że przestrzenie i technologia zostają, nie ma tam jednak coca-coli, popcornu ani amerykańskiego mainstreamu. Roman Gutek, pomysłodawca całego przedsięwzięcia, zapowiada, że najbardziej mainstreamowym amerykań-

---

<sup>645</sup> T. Zaglewski, *op. cit.*, s. 32.

skim nazwiskiem w Heliosie będzie... Woody Allen<sup>646</sup>. Do tej zmiany, zwiastującej być może nowy trend w kulturze filmowej, powrócimy na dalszym etapie naszych rozważań.

To jednak, co jest dla nas najważniejsze w kontekście zmian, które nastąpiły w latach 90., i co przykład multipleksów znakomicie ilustruje, to podporządkowanie kultury prawom rynkowym, wskaźnikom sprzedaży oraz traktowanie jej tekstów nie jako autotelicznych wypowiedzi, lecz produktu na sprzedaż. Te kategorie w poprzednim ustroju, a przynajmniej w jego oficjalnym dyskursie, nie miały miejsca, choć jak wiadomo, pewna część tekstów kultury została wprzęgnięta w służbę systemowi i tym samym pozbawiona autotelicznego charakteru.

Repertuar większości kin w latach 90. odzwierciedlał te nowe zasady rządzące polską rzeczywistością, dlatego też znalazły się w nim przeważnie amerykańskie filmy produkowane przez hollywoodzką fabrykę snów. Pojawiła się również reprezentacja polskich filmów opowiadających wprawdzie historie osadzone w polskiej rzeczywistości bądź polskiej historii, lecz opowiedziane w amerykańskim stylu i lokujące je w obszarach kina rozrywkowego – filmy Władysława Pasikowskiego *Kroll* (1991), *Psy* (1992), *Urowadzenie Agaty* (1993) Marka Piwowskiego czy *Sara* (1996) Macieja Ślesickiego. Obrazy te cieszyły się ogromnym zainteresowaniem widzów i zdecydowanie poprawiły bardzo złą sytuację polskiej kinematografii, wskazując jednocześnie kierunek jej rozwoju.

Marian Golka twierdzi, że przyczyną braku zainteresowania polskim kinem był „po prostu brak elementarnego profesjonalizmu w większości polskich filmów”, i na potwierdzenie tej tezy cytuje Barbarę Hollender, która zauważa, że publiczność nie czeka na filmy komercyjne, ale na filmy dobre<sup>647</sup>. Dlatego obraz kinowych spotkań Polaków z amerykańskim kinem nie byłby pełny bez wspomnienia o niezależnych, ambitniejszych amerykańskich produkcjach, tworzonych przez podmioty pozostające poza wpływami wielkich studiów, które w Polsce miały spore grono wiernych odbiorców, zachwyconych surrealistycznymi wizjami Davida Lyncha,

<sup>646</sup> M. Piekarska, *Gutek we Wrocławiu. Multipleks w arthouse zamienić*, „Gazeta Wyborcza” 2012, 3 VI, [online] [http://wyborcza.pl/1,75475,11847716,Gutek\\_we\\_Wroclawiu\\_Multipleks\\_w\\_arthouse\\_zamienie.html](http://wyborcza.pl/1,75475,11847716,Gutek_we_Wroclawiu_Multipleks_w_arthouse_zamienie.html), dostęp: 20 IV 2015.

<sup>647</sup> M. Golka, *Transformacja systemowa a kultura w Polsce po 1989 roku. Studia i szkice*, Instytut Kultury, Warszawa 1997, s. 83.

sarkazmem i ironią Woody'ego Allena czy gruboziarnistą rzeczywistością filmów Jima Jarmuscha.

Intensywna obecność amerykańskich produkcji na polskim rynku budziła rzecz jasna obawy polskich twórców. Wspomniał o tym w 1993 roku w czasie konferencyjnego wystąpienia w Grazu Jerzy Toeplitz:

W Polsce sytuacja w produkcji filmowej jest bardzo poważna, choć nie tragiczna. Jednakże polityka prowadzona przez dystrybutorów filmowych skłania raczej do pesymistycznych rozważań. Wolny rynek otworzył wszystkie możliwe drzwi Amerykanom, a ci momentalnie zarzucili nas lawiną nieznanych tytułów (w przeszłości uważano je za owoce zakazane). 80 do 90% repertuaru polskich kin pochodzi z USA. Podnoszą się głosy reżyserów sprzeciwiających się amerykańskiemu kanonowi i jego dominacji w Polsce. Zapominają oni jednak, że mogą, a nawet powinni uczyć się od swoich amerykańskich kolegów<sup>648</sup>.

Komercyjny sukces filmów Machulskiego czy Pasikowskiego jest bezsprzecznym dowodem na to, że byli wśród polskich twórców tacy, którzy już pojęli amerykańską lekcję i wdrażali ją w nową rzeczywistość, „w której obok wartości artystycznych liczy się zarobiony przez film pieniądź”<sup>649</sup>.

## 6. MIĘDZY SALONEM CARRINGTONÓW A ALASKĄ – TELEWIZJA WOBEC NOWYCH WYZWAŃ

W latach 90. telewizja bardzo dynamicznie zmienia swoje oblicze, stając się jednym z ważniejszych obszarów kontaktów Polaków z popularną kulturą amerykańską. Jeśli chodzi o telewizję publiczną, to zmiany te dotyczą zarówno zrzucenia odium ideologicznego – telewizji jako głównej tuby propagandy komunistycznej – jak i zmian formalnoprawnych, a także nadrobienia zapóźnień technologicznych związanych z produkcją programów oraz ich nadawaniem. Przemianowanie znienawidzonego przez Polaków *Dziennika Telewizyjnego* na *Wiadomości* w listopadzie 1989 roku było symbolicznym odcięciem się telewizji od dawnego układu. Wkrót-

<sup>648</sup> J. Toeplitz, [w:] *Offene Bilder. Film, Staat und Gesellschaft im Europa nach der Wende*, Hrsg. B. Frankfurter, Promedia, Wien 1995, cyt. za: A. Gądomska, op. cit., s. 24.

<sup>649</sup> B. Hollender, cyt. za: M. Golka, *Transformacja systemowa...*, s. 83.

ce zmieniono także znaki graficzne, co w sferze symbolicznej pozwoliło postrzegać odbiorcom starą w gruncie rzeczy telewizję jako dziecko przemian i zupełnie nowe medium.

Warto zaznaczyć, że telewizja publiczna nie była jedynym nadawcą telewizyjnym, z którego oferty korzystali Polacy.

„Zagranicznego turystę, wjeżdżającego do Polski, zdumiewa mnogość satelitarnych anten telewizyjnych, którymi dosłownie są oblepione nie tylko dachy, ale również balkony, a nawet ściany budynków” – pisał dziennikarz „TV-Sat Magazynu”. Badania OBOP-u wykazały, że już ponad 6 milionów Polaków miało wówczas dostęp do „satelity”, a największą popularnością wśród nich cieszyły się: MTV (emitująca jeszcze głównie teledyski i oglądana zwłaszcza przez młodzież), Eurosport, SAT1 oraz PRO7<sup>650</sup>.

Na rynku lokalnym też bardzo szybko pojawiła się konkurencja dla publicznego nadawcy w postaci lokalnych, nadających bez koncesji stacji, które zagospodarował włoski biznesmen Nicola Grauso powiązany z Silvio Berlusconim. Lokalne stacje, działające tzw. systemem gospodarczym, doposażył w dobry sprzęt techniczny, kamery, nadajniki *etc.* i skupił je pod jednym szyldem – Polonia 1 – która zaczęła nadawanie w marcu 1993 roku. Oferta Polonii 1 cieszyła się ogromnym zainteresowaniem Polaków.

Już pod koniec 1993 roku okazało się, że w miastach, w których jest to możliwe, Polonia 1 przyciągała przed telewizory ponad 30% widzów, przegrywając tylko z telewizją publiczną. Nikomu nie przeszkadzały stanowiące dla Polaków nowość bloki reklamowe, którymi przerywano emisję filmów, zaciekawienie budziła też kolejna nowinka: teledzaki. Dla porównania nadający przez satelitę PolSat oglądało raptem 7%, a właśnie powołaną do życia państwową TV Polonia – 5% widzów. Sukces był więc oczywisty, a Grauso osiągnął go dzięki oryginalnej ofercie programowej<sup>651</sup>.

W ofercie tej znajdowały się programy budzące trwogę wszystkich zatroskanych o poziom kultury polskiego społeczeństwa, była to bowiem

<sup>650</sup> B. Kluska, *Polonia 1: z dziejów piractwa telewizyjnego w Polsce*, Intel iQ, 20 V 2015, [online] <http://iq.intel.pl/polonia-1-z-dziejow-piractwa-telewizyjnego-w-polsce/>, dostęp: 10 VI 2015.

<sup>651</sup> *Ibidem*.

propozycja adresowana do bardzo niewybrednego odbiorcy, stanowiąca absolutne przeciwieństwo wciąż starającej się utrzymać pewien poziom telewizji publicznej. Dla dzieci przeznaczone były japońskie filmy anime, zupełnie wtedy w Polsce nieznane i dlatego budzące ogromną ciekawość młodych odbiorców i niepokój ich wychowawców. Dorosłym prezentowano liczne telenowełe południowoamerykańskie oraz amerykańskie serie: *Drużyna A*, *MacGyver*, *Magnum* czy *Detektyw Remington Steele*. Bartłomiej Kluska twierdzi, że

Polonia 1 nie ograniczała się do nadawania przysyłanych z Włoch seriali i filmów, systematycznie rozwijając ofertę programów autorskich i nie były to wyłącznie audycje o charakterze rozrywkowym (jak magazyny wędkarskie, filmowe czy krajoznawcze). Andrzej Tadeusz Kijowski rozmawiał przed kamerą z wieloma osobistościami życia publicznego. „Każdy mógł przyjść z ulicy i zadać pytanie – wspomina redaktor. – Gościły u nas osoby ważne, potrzebne, lubiane”. Ówczesny prezydent Lech Wałęsa, Leszek Balcerowicz, Tadeusz Mazowiecki, Aleksander Kwaśniewski, Lech Kaczyński i jego brat Jarosław, Donald Tusk, Bronisław Komorowski, Zbigniew Religa, Jacek Kaczmarski, Krzysztof Zanussi czy Władysław Szpilman. (...) To właśnie na tej antenie debiutowali także znani później dziennikarze, tacy jak Jarosław Kret, Dorota Wellman czy Urszula Rzepczak<sup>652</sup>.

Telewizja Polonia 1 była bardzo żywiołowym przedsięwzięciem, prezentowała nawet w nadmiarze to, czego do tej pory Polakom brakowało – niewymagającą rozrywkę, pozwalającą przenieść się widzom w zupełnie inną rzeczywistość. Program układano według zasady „każdy potrzebuje swoich bajek”<sup>653</sup>, zakładając, że właśnie funkcja eskapistyczna i rozrykowa będzie przez widzów najbardziej doceniona. I rzeczywiście, doceniło ją 8 milionów Polaków, którzy regularnie nastawiali odbiorniki na tę telewizję, dzięki czemu Polonia 1 miała lepszą oglądalność niż drugi program TVP.

Znacząca część pozycji programowych Polonii 1 miała amerykańskie pochodzenie. Programy amerykańskie, głównie serie, pokazywały popkulturową wizję Ameryki, pozwalając Polakom zobaczyć świat, do któ-

---

<sup>652</sup> *Ibidem.*

<sup>653</sup> *Ibidem.*



rego aspirowali, a który jednak był wciąż daleki od tego, z czym mierzyli się w prawdziwym życiu. Krajowa Radia Radiofonii i Telewizji nie przyznała Polonii i koncesji na nadawanie programu ogólnopolskiego. Koncesję dostał Polsat, którego oferta programowa w znacznym zakresie powielala koncept zmyślnego Włocha, stawiając na programy nieskomplikowane, początkowo głównie importowane i na ogół „o charakterze rozrywkowym, związane z ideologią konsumpcjonizmu, reklamą, sukcesem, zabawą, hedonistyczny stylem życia”<sup>654</sup>. Ponieważ w grę wchodziły pieniądze reklamodawców, również telewizja publiczna chętnie nadawała programy wpisujące się w eskapistyczno-hedonistyczną formułę, upodabniając się do telewizji komercyjnych, jak się okazało już na trwałe. Z biegiem lat bowiem, pomimo ustawowego zobowiązania do realizacji misji publicznej, to raczej model telewizji, jaką w pierwszych latach transformacji prezentowała Polonia 1, telewizji rozrywkowej, trywialnej i nieco jarmarcznej, zdominował zawartość ramówki TVP 1 i TVP 2. Małgorzata Bogunia-Borowska nie ma wątpliwości, że w latach 90: „Telewizja coraz mocniej i wyraźniej zaczyna podlegać logice wolnorynkowych zasad i wartościom rozwiniętego społeczeństwa konsumpcyjnego”<sup>655</sup>.

Zważmy ponadto, że to właśnie na pierwsze lata transformacji przypada czas przeistoczenia się samej telewizji. Po pierwsze, zmiany dotyczyły samych technologii nadawczych, do tej pory w Polsce albo niedostępnych, jak telewizja kablowa, albo udostępnionych w bardzo ograniczonym zakresie, jak telewizja satelitarna. Po drugie, dotyczyły charakteru samego medium. Na początku lat 90. dokonuje się w Polsce proces, który Zachód miał już dawno za sobą, przejścia od paleo- do neotelewizji. Francesco Casetti i Roger Odin<sup>656</sup>, opisując różnice między tymi dwoma modelami telewizji, zwracają uwagę na to, że neotelewizja porzuciła autorytarny styl edukatora, a jej komunikacja z widzami nie ma już formy zwektorowanej. Jest to medium nastawione na komunikacyjną zwrotność. W starym ustroju politycznym polska telewizja, mimo prób Macieja Szczepańskiego uczynienia jej bardziej przystępną dla przeciętnego widza, miała charakter

<sup>654</sup> M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 184.

<sup>655</sup> *Ibidem*, s. 109.

<sup>656</sup> F. Casetti, R. Odin, *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki*, tłum. I. Ostaszewska, [w:] *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, red. A. Gwóźdź, Universitas, Kraków 1994, s. 117-136.

instytucji-autorytetu. Nie mogło być inaczej, mówiła głosem najwyższych władz partyjnych oraz intelektualnych elit, mających ambicje stworzenia nowego człowieka. Jednak w nowych okolicznościach polityczno-społecznych telewizja odrzuciła dydaktyczny dyskurs, zaczęła zwracać się do zwykłych ludzi i wsłuchiwać w ich potrzeby. A zwykły człowiek chciał telewizji barwnej, łatwej i rozrywkowej. Nie chciał być strofowany jak uczeń, pragnął uczestnictwa w biesiadzie i telewizja, zarówno ta polska, która powoli dostosowywała ramówki do nowych potrzeb, jak i ta dostępna dzięki satelitom i kablówkom, zapewniała widzom taką właśnie biesiadną przestrzeń, w której chodziło o dobrą zabawę i o to, by „każdy dostał swoją bajkę”.

Najlepsze i najważniejsze bajki opowiadali wtedy Polakom Amerykanie, bezsprzeczni mistrzowie audiowizualnych opowieści. Przy czym opowieści emitowane w telewizji w formie wieloodcinkowych seriali okazały się nie tylko wciągającą ludzką historią, ale też wehikułem ideologii, stylu życia i wartości, których Polacy w transformacyjnym chaosie tak bardzo potrzebowali. Amerykańskie serie były Polakom znane także z poprzedniej epoki – wtedy odbierano je jako zajmujące opowieści o świecie, do którego wprawdzie aspirowali, lecz znalezienie się w nim uznawali za mało realne. Odmieniona sytuacja polityczna przeorientowała też stosunek odbiorców do tych historii, które stały się dla nich ważnym drogowskazem, inspiracją, przydatnym wzorcem na nowe czasy, tym bardziej że polska produkcja nie nadążała za potrzebami widowni.

W latach 90. Polacy obejrzeliby dziesiątki rozmaitych seriali wpisujących się w bardzo różne formuły gatunkowe: sitcomy, opery mydlane, serie kryminalne, wojenne, medyczne, dla dzieci i dla młodzieży. Były wśród nich takie, którym socjologowie poświęcali więcej uwagi, uznając je za generatory określonych zjawisk społecznych. Do nich z całą pewnością zalicza się *Dynastia*, należąca do tzw. *supersoap*, których istotą

jest trudno przetłumaczalne na język polski słowo *glamour*. Wszyscy bohaterowie są bogaci lub na dobrej drodze do bogactwa, ludzie biedni w takich serialach po prostu nie istnieją. Bohaterowie, zazwyczaj biali, są wybitnie atrakcyjni fizycznie. Scenografia i kostiumy sprawiają wrażenie kosztownych i luksusowych, akcja toczy się w luksusowo wyposażonych wnętrzach, często też w egzotycznych, niedostępnych widzowi miejscach. Narracja, często na pograniczu prawdopodobieństwa lub jawnie je lekceważąca, obfituje w motywy skrajne – morderstwa,

zdrady, porwania, zemsty, intrygi, spotkania po latach (...) itp. Motywy te występują w ogromnym zagęszczeniu, co oddala tego typu seriale od konwencjonalnie pojmowanego realizmu. Jak się jednak wydaje, nie przeszkadza to widzom, którzy być może czerpią z nich przyjemność fantazjowania i ucieczki od rzeczywistości<sup>657</sup>.

W tej wyczerpującej definicji *supersoap*, której wręcz wzorcowym przykładem jest *Dynastia*, Małgorzata Lisowska-Magdziarz sugeruje także przyczynę popularności tej produkcji, w której funkcja eskapistyczna zdaje się mieć kluczowe znaczenie. Jednak w tym wypadku ta chęć ucieczki w marzenia okazała się tak silna, że Polacy zechcieli je spełniać. *Dynastia* po raz pierwszy była pokazywana w Polsce przez pierwszy program telewizji publicznej w okresie od lipca 1990 do grudnia 1993 roku. Zawsze w tzw. *prime time*, w którym ceny reklam były najdroższe. Oglądalność serialu była rzeczywiście imponująca.

W listopadzie 1990 roku, niedługo po rozpoczęciu jej nadawania w wakacje 1990 roku, *Dynastia* była najpopularniejszym i najlepiej ocenianym programem Telewizji Polskiej z 73-procentową oglądalnością. Miesiąc później wskaźnik oglądalności przekroczył 80 proc. i długo nie schodził poniżej tego poziomu. W żadnym ze źródeł, do których dotarłem, oglądalność nie spada poniżej 50 proc. Gdy dziennikarze miesięcznika „Film” zsumowali kiedyś oglądalność serialu w paśmie porannym i wieczornym – doszła ona do 100 proc. (czerwiec 1991)<sup>658</sup>.

Część Polaków dzięki wideo знаło już zagmatwane losy arcybogatych rodzin Carringtonów i Colbych, zanim jeszcze pokazała je telewizja, była to jednak grupa stosunkowo niewielka. Latem 1990 roku, ponad rok po wyborach do sejmu kontraktowego, niemal cała Polska zasiadała do oglądania Ameryki w stylu *glamour*. Wspomniane już zostały domniemane przyczyny popularności serialu – chęć ucieczki w bajkę. W rzeczy samej zarówno sama fabuła, jak i świat przedstawiony nie korespondowały z doświadczeniem życiowym nawet samych Amerykanów, choć jak twierdzą

<sup>657</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 335.

<sup>658</sup> M. Haława, *Z archeologii mediów: „Dynastia” i „Koło fortuny”*, „Kultura Popularna” 2004, nr 1, s. 42.



14. Prawdziwy amerykański glamour. Bohaterowie *Dynastii* inspirowali Polaków w latach 90., byli przewodnikami po nowej rzeczywistości, kształtowali modę, styl życia i nowy system wartości

badacze, popularność *Dynastii* w samych Stanach Zjednoczonych należy wiązać „z umiejętną antycypacją przez producentów serialu reaganowskiego boomu gospodarczego. Korzystna koniunktura gospodarcza, zasady liberalnej ekonomii oraz własna przedsiębiorczość sprzyjały za czasów prezydentury Reagana budowaniu wielkich fortun”<sup>659</sup>.

Trudno dziś powiedzieć, do jakiego stopnia Polacy wierzyli w to, że Ameryka rzeczywiście tak wyglądała, wydaje się jednak, że dla znaczącej części społeczeństwa serial pozostawał w dużej zgodności z ich wyobrażeniami na temat Stanów Zjednoczonych. Wizualizował bowiem, być może w nieco przerysowany sposób, koncept nieprawdopodobnego bogactwa, z którym Ameryka od zawsze była kojarzona, a którego Polacy w swoim kraju nie widzieli na własne oczy. Nie pokazywała im go również rodzima kultura popularna, odbiegająca jednak w znacznym zakresie od zachodnich trendów.

Serial, będąc niewątpliwie najpopularniejszym gatunkiem telewizyjnym, kształtuje style życia, zachowania i emocje odbiorców. Zaś jego struktura i materia, z której jest zbudowany, opiera się symbolach i mitach

---

<sup>659</sup> M. Gałuszka, *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej. Rozprawa habilitacyjna*, Akademia Medyczna w Łodzi, Łódź 1997, s. 169.

i tym samym tworzy ideologię i mitologię współczesnego świata<sup>660</sup>. Seriale, a już w szczególności opery mydlane, pozwalają widzowi na bardzo bliską identyfikację z bohaterami i światem przedstawionym<sup>661</sup>. Polski odbiorca nie miał przed *Dynastią* porywających serialowych historii, z którymi mógł się łatwo identyfikować i które pozwoliłyby mu znaleźć odpowiedź na nurtujące go pytania. W Polsce Ludowej nie produkowano oper mydlanych, problemy uwielbianej przez Polaków niewolnicy Isaury nie konweniowały z polską rzeczywistością, pozostając w obszarze południowoamerykańskiej bajki. *Dynastia* natomiast znakomicie wpisywała się w początek kapitalizmu i dynamikę planu Balcerowicza. Jeśli jej emisja nie była zaplanowana z pełnym wyrachowaniem propagandowym, a wynikała jedynie z kalkulacji i uznania, że może być atrakcyjną pozycją w ramówce, to i tak stał się ten serial modelowym przykładem propagandy socjologicznej, której celem jest przekonanie odbiorców do zmiany postaw i zachowań społecznych oraz kształtowania ich systemów wartości. *Dynastia* ze swoją przejawioną wersją *American Dream* promowała ideologię konsumpcji, styl życia adekwatny do nowej rzeczywistości i typy wzorcowych bohaterów, które właśnie w nowych okolicznościach społecznych mogły posłużyć jako wzory postaw.

Styl życia bohaterów tego serialu jest bardzo wystawny, skrajnie konsumpcjonistyczny: luksusowe rezydencje, jachty, służba, kawior popijany szampanem. To styl, o jakim marzyło wtedy liczne grono Polaków, a że sytuacja ekonomiczna pozwoliła wielu rzeczywiście zarobić miliardy ówczesnych złotych, wydawali je często w sposób ostentacyjny, budując caringtonopodobne rezydencje nazwane później „gargamelami” czy wożąc się długimi amerykańskimi limuzynami. Kto nie miał wystarczająco dużo szczęścia, aby rzeczywiście się wzbogacić i pożyć życiem krezusa, mógł uszczknąć odrobinę amerykańskiego *glamour* w inny sposób: „W gminie Małogoszcz w Kieleckiem rodzice nadali dzieciom imiona bohaterów

<sup>660</sup> Zob. np.: R. Silverstone, *The Message of Television. Myth and Narrative in Contemporary Culture*, Heinemann Educational, London 1981; G. Stachówna, *Seriale – opowieści telewizyjne*, [w:] *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, red. D. Czaja, Universitas, Kraków 1994.

<sup>661</sup> H. Newcomb, *TV. The Most Popular Art.*, Anchor Press, Garden City 1974; R.C. Allen, *Speaking of Soap Operas*, University of North Carolina Press, Chapel Hill 1985.

serialu: ksiądz ochrzcił Bena Sochę, Kevina Sieczkę i Alexis Guzik<sup>662</sup>. W tym symbolicznym geście rodzice zawarli zarówno swoje niespełnione marzenie, jak i życzenie na przyszłość dla swego potomstwa.

Poza wzorami stylu życia *Dynastia* inspirowała bohaterami, których wizerunki i postawy były w Polsce całkiem nowe. Postać głównego męskiego bohatera Blake'a Carringtona „symbolizowała (...) własność, władzę, rodzinę, sukces. Postać ta uosabia mit silnego mężczyzny, patriarchy rodu i człowieka sukcesu, którego równocześnie dotyczą zwykłe problemy i niepowodzenia dnia codziennego”<sup>663</sup>. Blake – przystojny, elegancki, szarmancki i nieprzystwoicie bogaty – stał się wzorem dla polskiego biznesmena, który mimo rosnącego kapitału wciąż nosił białe skarpety, mokasyny i skórzaną kurtkę. Wygląd i maniery Blake'a w tym zakresie inspirowały nową klasę polskich kapitalistów.

Prezentował on również odpowiednie zachowania i postawy, które uczyniły go tak skutecznym w biznesie. Dla kobiet, szczególnie w średnim wieku, Blake „ujawnia tęsknotę i marzenia (...) za mężczyzną, który kieruje się łatwo zrozumiałymi emocjami, potrafi być czuły, kochający, wierny”<sup>664</sup>. Był, jak sądzę, starszym i bardziej konserwatywnym wcieleniem Greya o pięćdziesięciu twarzach, którego postać obecnie działa na wyobraźnię tak wielu kobiet na całym świecie.

Niezwykłe ciekawą i płodną kulturowo okazała się postać Alexis, grana przez Joan Collins. „Alexis stosuje strategię asymilacji w świat kobiecy męskich wzorów sukcesu i społecznego współżycia. Kieruje zdecydowanie i bezwzględnie swoim imperium; to ona przewodzi i podporządkowuje sobie ludzi, to ona zmienia partnerów seksualnych”<sup>665</sup>. Dla Polek Alexis była prototypem bizneswoman, kobiety zaradnej, twardej, która musi sobie poradzić w domenie do tej pory zarezerwowanej dla mężczyzn. Mieczysław Gałuszka twierdzi, że dla kobiet w średnim wieku Alexis spełniała taką samą funkcję, jaką „badacze kultury masowej wyznaczają Madonnie dla nastolatek i młodych kobiet”<sup>666</sup>. Alexis jest produktem ruchów femi-

---

<sup>662</sup> M. Szczygiel, *Niedziela, która zdarzyła się w środę*, EM-KA, Warszawa 1996, cyt. za: M. Halawa, *op. cit.*, s. 44.

<sup>663</sup> M. Gałuszka, *op. cit.*, s. 169.

<sup>664</sup> *Ibidem*.

<sup>665</sup> *Ibidem*, s. 165.

<sup>666</sup> *Ibidem*, s. 168.

nistycznych, kobietą w pełni wyzwoloną i odrzucającą patriarchalną hegemonię – to wzorzec kobiecości w polskim społeczeństwie lat 90. niezbyt popularny, choć jak wykazują badania Gałuszki, Polki, szczególnie lepiej wykształcone, bardzo silnie się z nim identyfikowały i mimo że Alexis była ewidentnie czarnym charakterem, zdecydowanie częściej utożsamiały się z nią niż z anielską Krystle. „Odbiór obu postaci może być potraktowany jako symptom zmian, jakie obecnie dokonują się w społecznych wizerunkach kobiet w Polsce – pisał w 1996 roku Gałuszka. – Dominujący w świadomości społecznej model kobiety domowego ogniska, respektującej wzory patriarchalnej kultury z zasadą podporządkowania, uległości, podlega przewartościowaniu i traci na znaczeniu w pewnych środowiskach”<sup>667</sup>.

Prócz propagowania nowych, przydatnych wzorców osobowych *Dynastia* prezentowała także zupełnie nową obyczajowość, nieobecną dotąd w oficjalnym dyskursie. Liczne małżeństwa, wielokrotne zdrady, wolne związki, swobodne traktowanie spraw seksu oraz pokazanie wątku homoseksualnego było absolutną nowością. *Dynastia* była dla Polaków lufikiem, przez który spoglądali na świat, który był wprawdzie wciąż daleki, ale już coraz bardziej realny. W ten sposób stała się *Dynastia* serialem przełomu, a nowym symbolicznym liderem Polaków nie był Gary Cooper w kowbojskim uniformie, lecz grający Blaka Carringtona, John Forsythe, w nienagannie skrojonym garniturze. To od niego przejęła pałeczkę Lucy z Wilkowyjów, wdrażając amerykański *common sense* na polskim gruncie.

Rozważania o *Dynastii* należy uzupełnić spostrzeżeniem na temat faktycznych odczytań serialu. Kim Ch. Schroder, badająca duńskich widzów *Dynastii*, wyróżnia dwa podstawowe typy odczytań: zaangażowania (*involvement*) i krytycznego dystansu (*critical distance*)<sup>668</sup>, które określają relacje między widzem a fikcyjnym światem serialu. W pierwszym widowie zanurzają się w świecie przedstawionym i traktują go jako w miarę wierne odbicie świata rzeczywistego, w drugim zaś budują krytyczny dystans, w którym kwestionują prawdziwość postaci, miejsc czy prawdopodobieństwo wydarzeń.

<sup>667</sup> *Ibidem*.

<sup>668</sup> K.Ch. Schroder, *The The Pleasure of Dynasty: The Weekly Reconstruction of Self-Confidence*, referat wygłoszony na konferencji „International Television Studies Conference”, London, England, July 10-12, 1986, [online] <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED294546.pdf>, dostęp: 14 VI 2015.

Gałuszka wspomina o „dwóch typach odtwarzania” – pierwszy typ jest „zorientowany na realizm/mimesis”, drugi na fikcję i baśniowość – co jednak istotne, „w obu typach występują elementy: intensywnego zaangażowania i wciągnięcia się odbiorcy w akcję, identyfikacji z postaciami, emocjonalnej akceptacji treści; 2) wyraźnego zdystansowania się, krytycznego nastawienia, ironizowania; 3) włączenia się w grę, zabawę ambiwalencją, dekonstrukcję sensu i dystrykcyjny odbiór”<sup>669</sup>. Te spostrzeżenia są niezwykle istotne, obrazują bowiem sposoby odczytań wielu tekstów kultury popularnej, która niemal zawsze rozgrywa się w hiperrealności i, jak chce Baudrillard, nie odnosi się do niczego poza samą sobą.

To jednak, że kultura popularna, a amerykańska kultura popularna w szczególności, upraszcza i ubarwia jednocześnie, mitologizuje i dramatyzuje, wychodzi w swoich tekstach poza poczucie realności i prawdopodobieństwa, nie przeszkadza jej fascynować, wciągać, budzić prawdziwe emocje. Trudno sobie jednak wyobrazić, a często takie opinie można było spotkać, że Polacy święcie wierzyli, że Ameryka i kapitalizm wyglądają tak, jak im to przedstawiono w *Dynastii*. Krytyczny dystans jednak zawsze się pojawiał, u jednych silniejszy, i ci oglądali *Dynastię*, bawiąc się, ironizując i dekonstruując jej sensy, tworząc rozmaite żarty i dowcipy, u innych mniej wyrażnie, i ci przeżywali losy bohaterów, z czujnością jednak wyłapując nonsens i brak logiki. Żaden z tych typów odczytań nie wyklucza tego, że *Dynastia* była inspirująca – w zakresie mody, wystroju wnętrz, fryzur, makijażu czy właśnie pewnych typów osobowych. „Niezależnie od braku desygnatu, dla widzów serial, pokazując amerykańską *upper upper class*, przez trzy lata upowszechniał zhierarchizowaną strukturę społeczną, niedostępny styl życia, hedonizm i rozrywkę. Zgodnie z zasadą »amerykańskiego porządku« uczył, na czym polega kapitalizm, przedsiębiorczość, konsumpcja. Niedostępne przedmioty, obce wzory postaw są absorbowane i podporządkowane lokalnym potrzebom”<sup>670</sup>.

Popularność *Dynastii* w Polsce i jej wpływ na Polaków w tym szczególnym okresie wywołały chyba po raz pierwszy po przełomie postkomunistycznym demona amerykańizacji, o którym wspominaliśmy wyżej. Dyskusje o bezkrytycznym odbiorze, kopiowaniu amerykańskich wzor-

---

<sup>669</sup> M. Gałuszka, *op. cit.*, s. 181.

<sup>670</sup> *Ibidem*, s. 182.



ców stały się wtedy powszechne. Rozpaczały głównie elity, które same były w pewien sposób oszołomione fenomenem tego serialu. Warto się w tym miejscu zastanowić, mając na uwadze nasze rozumienie amerykańskiej jako takiego wpływu kultury amerykańskiej, który zmienia sferę aksjologiczną społeczeństwa, na ile *Dynastia* uczyniła nas bardziej otwartymi na inność, choćby w odniesieniu do mniejszości seksualnych, na ile rzeczywiście jako społeczeństwo akceptujemy równość płci, której tak wielką orędowniczką była Alexis, na ile wreszcie, choć to pytanie na zupełnie inne rozważania, w naszym rozumieniu kapitalizmu ważny jest indywidualizm, poleganie tylko na sobie i cały wielki amerykański etos *self-made mana*, który reprezentował Blake Carrington. Przyglądając się współczesnemu dyskursowi publicznemu i wartościom, jakie są w nim wciąż dyskutowane, możemy teraz, po 25 latach od emisji pierwszego odcinka *Dynastii*, stwierdzić, że próby amerykańskiej Polaków z całą pewnością nie zakończyły się jednoznacznym sukcesem.

Prócz tego spotkania z kulturą amerykańską w stylu *glamour* mniej więcej w tym samym czasie telewizja polska zorganizowała polskim odbiorcom jeszcze jedno istotne spotkanie, inne w charakterze, choć jego okoliczności były takie same, wyznaczone przez kolejne odcinki serialowej historii. Próżno jednak w tej opowieści szukać wspaniałych rezydencji, lśniących w słońcu basenów, szoferów, limuzyn i zjawiskowo pięknych kobiet spożywających śniadanie w kreacjach *haute couture*. Opowieść ta nie jest usytuowana w żadnym z wielkich amerykańskich miast, nie jest to Denver czy Dallas. Nie wiadomo nawet, czy akcja dzieje się w Ameryce, bo próżno szukać Cicely na mapie. Alaska, gdzie w ramach filmowej fikcji osadzono to nieistniejące miasteczko, jest, a przynajmniej była w latach 90., i mało amerykańska, i mało filmowa. Ulokowana z dala od „macierzy”, w krainie niemal wiecznych lodów, nie służyła dobrze budowaniu amerykańskiego mitu w jego mainstreamowej wersji. Cicely liczy tylko około 800 mieszkańców, jest taką społecznością lokalną, w której wszyscy wszystkich znają, nikt nie pozostaje anonimowy. Jednocześnie Cicely to miniaturka Ameryki wielkokulturowej, wieloetnicznej, różnorodnej. Mimo że pozornie jest czystą fikcją, jej geograficzny byt nie jest jednak potwierdzony na mapach, to przedstawia amerykańskie społeczeństwo prawdziwsze i bardziej przekonujące niż towarzystwo z Denver. „Na pierwszy rzut oka Cicely odznacza się tolerancją doskonałą: bogaty, nę-

dzarz, były kryminalista, Murzyn, homoseksualista, Żyd, Indianin żyją w życzliwej zgodzie, więcej – są otwarci na innych, uważni, zawsze gotowi zrozumieć i pomóc”<sup>671</sup>. Nie są to jednak ludzie bez wad, potrafią sprawić sobie przykrość, pokazać złe emocje, każdy z nich jest człowiekiem zbudowanym z krwi i kości, z natręctw i fobii i, co może najważniejsze, człowiekiem, który ma własną ciekawą opowieść.

Serial *Przystanek Alaska* (*Northern Exposure*) nie unika zmagania się z amerykańskimi mitami, lecz traktuje je bardzo twórczo, demaskując ich powierzchowność i wypaczenia. W Cicely Amerykanie odnaleźli swoje problemy i rozterki dnia codziennego w nieco zdeformowanej, satyrycznej formie – ogromnym atutem serialu jest inteligentny i wysublimowany humor, ale też próby odpowiedzi na pytanie, jak pogodzić takie odwieczne amerykańskie sprzeczności, jak Ameryka konserwatywna reprezentowana przez Maurice’a J. Minnifielda, granego przez Barry’ego Corbina, i Ameryka liberalna, której przedstawicielem jest młody lekarz Joel Fleischman, grany przez Roba Morrowa. W obu postaciach autorzy serialu gęsto nagromadzili cechy amerykańskiego konserwatyizmu i liberalizmu. Maurice, lat około 60, pochodzi z konserwatywnej Oklahomy, jest bohaterem wojny w Wietnamie, wielkim patriotą i na dodatek jest nieprzyzwoicie bogaty – odziedziczył 68 milionów dolarów i ma wrażenie, że pieniądze dają mu władzę absolutną. Uwielbia amerykańskie musicale i jeździ cadillakiem. Fleischman pochodzi z kosmopolitycznego i otwartego na świat Nowego Jorku, wierzy wyłącznie w rozum, naukę i postęp. Jednak w społeczności Cicely obaj weryfikują swoje poglądy, postawy i pomysły na życie. Bo życie w Cicely jest ciągłym zaskoczeniem i uczeniem się od innych oraz odkrywaniem prawdy o samym sobie. „Serial jest nieustanną zabawą w podważanie stereotypów i sądów potocznych, a uogólniających, czegokolwiek by dotyczyły (...). Pozory zawsze mylą; z tego, jakiej kto jest rasy, jak ubrany, jak wygląda – nie sposób wywnioskować, kim jest naprawdę, co wie i co potrafi”<sup>672</sup>.

Polacy pokochali Cicely i jego mieszkańców. Serial miał swoją premierę 2 lipca 1993 roku w późnych godzinach nocnych, niemal dokładnie trzy lata po premierze amerykańskiej, i od razu zachwycił polską pu-

<sup>671</sup> T. Bogucka, *op. cit.*, s. 179-180.

<sup>672</sup> *Ibidem*, s. 180.

bliczność. Narósł wokół niego rodzaj kultu, a Teresa Bogucka twierdzi, że nawet ruchu społecznego. Miłośnicy Alaski, bardzo aktywni do dzisiaj w Internecie, powołali do życia Nieformalne Stowarzyszenie Miłośników *Przystanku Alaska*, spotykają się także na corocznych zlotach w Olecku i Gołdapi. Co tak zachwyliło Polaków w tym nieostentacyjnym serialu?

Po pierwsze, była to zapewne tęsknota za utraconymi w pierwszych latach kapitalizmu więziami społecznymi. „Socjolog Anna Wyka uważa, że serial przyciąga ludzi o pewnym typie wrażliwości, poczucia humoru oraz niesmaku wywołanego tym, co obserwują we własnym miejscu zamieszkania i w całym kraju. Dodaje, że wzajemną otwartość i poczucie wspólnoty, jakie obserwowała w Olecku i Gołdapi, ostatni raz widziała w zrywie komitetów obywatelskich”<sup>673</sup>. Promowany indywidualizm i przekonywanie, że w nowym systemie wszystko zależy od nich samych, okazało się dla większości jedynie narracyjnym chwytem, który wpędzał ich w frustrację. *Przystanek Alaska* pokazuje, że to nie samotne parcie do przodu, ale wsparcie i energia płynąca od innych ludzi przynoszą spokój i oparcie. Po drugie, społeczność Cicely to zbiór ludzi, z których każdy ma jakiś talent czy umiejętność, którą może się podzielić z innymi. „Gotowość do spotkania i wymiany tych dóbr przenika życie miasteczka. Doktor znakomicie robi na drutach. Obdartus deklamuje Szekspira. Prostacki bogacz kocha i hoduje orchidee. Indiański szaman rozprawia o dziele Leonarda da Vinci. Głupia blondynka jest poliglotką, a kudłaty abnegat wyrafinowanym smakoszem”<sup>674</sup>. W chaotycznych czasach przemian świadomość, że w każdym drzemie jakiś potencjał, była bardzo potrzebna. Ludzie czuli się zagubieni, model życia „na Carringtona” sprawdził się nielicznym, cała reszta potrzebowała nie gotowych rozwiązań i typów do naśladowania, lecz podpowiedzi, jak poradzić sobie ze sobą i otoczeniem w tych nowych, nie dla wszystkich dobrych okolicznościach. Ponadto warto zauważyć, że społeczność Cicely zmagala się z różnymi, niejednokrotnie bardzo trudnymi problemami charakterystycznymi dla nowoczesnych społeczeństw – rasizm, brak tolerancji, zmieniające się role kulturowe kobiet i mężczyzn, mniejszości społecznych. Serial zwiastował te problemy i podpowiadał, jak Polacy mają się przygotować na ich przyjście. Trzecim wreszcie po-

---

<sup>673</sup> *Ibidem.*

<sup>674</sup> *Ibidem.*

wodem ogromnego zainteresowania Polaków tym serialem była jego nowoczesna forma, wymykająca się znanym dotąd serialowym formułom. Oryginalne postaci, trudne do zamknięcia w ramach popkulturowych typów czy stereotypów, złożona konstrukcja świata przedstawionego, w którym w bardzo dynamiczny i zaskakujący sposób mieszają się różne światy i różne porządki – realny i fantastyczny, elementy surrealistyczne, odwołania intertekstualne – to wszystko czyni *Przystanek Alaska* tekstem antycypującym zmiany, które serial telewizyjny przejdzie pod koniec dekad, zmiany, które uczynią ten gatunek telewizyjnej rozrywki najbardziej atrakcyjnym tekstem popkulturowym w pierwszych dekadach XXI wieku.

Oferta amerykańskich seriali była w latach 90. bardzo bogata. Każda stacja telewizyjna puszczała własne zestawy odcinkowych opowieści przeznaczonych dla różnych grup odbiorczych. Ważny, z punktu widzenia popularności i wpływów społecznych porównywalnych do działania *Dynastii*, był przeznaczony dla nieco młodszego odbiorcy serial *Beverly Hills 90210*, pokazujący problemy amerykańskiej młodzieży z bogatych domów. Znowu wpływy tego serialu można było zaobserwować przede wszystkim na poziomie powierzchownego naśladownictwa mody, fryzur czy stylu zachowania oraz pewnej odwagi obyczajowej. Ważną rolę edukacyjną, zarówno na poziomie propagowania pewnych wzorców samokształcenia jednostki, jak i kreowania relacji w rodzinie czy społeczności szkolnej bądź sąsiedzkiej, odegrały seriale wpisujące się w tzw. kino familijne: *Domek na prerii*, *Siódme niebo*, *Dotyk anioła* czy *Doktor Quinn*. Seriale te, charakteryzujące się bardzo silnym przesłaniem moralizatorskim, są ważnymi tekstami integrującymi amerykańskie społeczeństwo – pokazują problemy i podsuwają sposoby ich rozwiązania. Teresa Bogucka nazywa je „telewizyjnym kinem pewności moralnej”, które głosi, że „wszyscy ludzie godni są szacunku, miłości sprawiedliwości”, i choć ten dydaktyzm bywa natrętny i irytujący, to znowu w tych szczególnych latach ogólnego pogubienia były one również bardzo przydatne w Polsce, pokazując, jak radzić sobie z dorastającymi dziećmi, nietolerancją, ostracyzmem społecznym itd.

Podsumowując, telewizja, a szczególnie amerykańskie seriale (polskie produkcje tego typu, w których bohaterowie zaczęli się mierzyć z problemami współczesności, powstają dopiero w drugiej połowie lat 90.) odegrały niezwykle ważną rolę w przystosowaniu się Polaków do nowej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Dostarczały wzorców, tłumaczyły nie-

oswojony jeszcze kapitalizm, podpowiadały, jak radzić sobie ze sobą, z dziećmi, partnerem, propagowały wzory postaw przydatne w nowym, postkomunistycznym społeczeństwie. Ta rola seriali wyda nam się jeszcze ważniejsza, jeśli zdamy sobie sprawę z tego, jak ważnym medium była dla Polaków w latach 90. telewizja.

W 1992 roku deklarację korzystania z telewizji składało 99,5% Polaków. Również czas poświęcony na oglądanie telewizji w stosunku do poprzednich lat wzrósł<sup>675</sup>. Dane OBOP z lat 90. wskazują, że statystyczny Polak spędzał przed telewizorem średnio trzy i pół godziny dziennie w miesiącach letnich i nawet do pięciu godzin w miesiącach zimowych. Co więcej, oglądanie telewizji w latach 90. stało się dla Polaków główną formą uczestnictwa w kulturze. Z przeprowadzonego w 1998 roku sondażu OBOP wynikało, że ponad 80% Polaków nie było na koncertach muzyki poważnej ani w operze. Ponad połowa nie odwiedzała wystaw, nie chodziła do teatru, muzeum ani nie uczestniczyła w imprezach sportowych, a 46% respondentów nie chodziło w ogóle do kina<sup>676</sup>. Wolny czas Polacy spędzali przed telewizorem, który ich uczył, informował, bawił, zaś badacze nie mieli wątpliwości, że telewizja spełniała niezwykle istotną funkcję kulturotwórczą jako popularyzator wiedzy i propagator określonych postaw i systemów wartości<sup>677</sup>.

Dwa omówione szerzej serie amerykańskie, *Dynastia* i *Przystanek Alaska*, oba niezwykle ważne dla Polaków właśnie w przejściowych latach 90., pokazują również bardzo wyraźnie, że mamy tu do czynienia z dwoma rodzajami amerykańskiej kultury popularnej – jeden mainstreamowy, banalny, powierzchownie traktujący bohaterów zupełnie pozbawionych psychologicznej głębi i ich problemy. Serial epatujący kiczem, przechodzącym może w camp, a może wręcz w obciach. Serial, który w gruncie rzeczy wykorzystuje wytarte popkulturowe schematy i nie oczekuje bardzo wymagającego widza. To ten typ bez wahania możemy nazwać „błyszczącym barbarzyństwem”. Tekstów wyprodukowanych przez

<sup>675</sup> M. Gałuszka, *op. cit.*, s. 45.

<sup>676</sup> Według danych opublikowanych na stronach internetowych TNS OBOP: Życie kulturalne Polaków, 11 VIII 1998, [online] <http://www.tnsglobal.pl/archiwumraportow/1998/08/11/zycie-kulturalne-polakow/#more-139>, dostęp: 18 X 2014.

<sup>677</sup> Zob. np.: D. Morley, *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*, Routledge, London 1986, A Comedia Book; J. Fiske, *Television Culture*, Routledge, London 1994; W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Rabid, Kraków 1999.

Amerykanów i również wpisujących się tę kategorię jest całe mnóstwo – wspominaliśmy choćby kino akcji czy większość ówczesnych seriali telewizyjnych. Jednak amerykański przemysł kulturowy produkuje także seriale ambitniejsze, wymagające dużej kompetencji kulturowej od jej odbiorców, złożone formalnie, niebanalne narracyjnie. Obie te kategorie tekstów popkultury, zaznaczymy to wyraźnie, są sprawnie zrealizowane technicznie i zostały wyprodukowane w celach komercyjnych.

W Polsce w latach 90. właśnie ten podział staje się coraz lepiej widoczny – popkulturowy mainstream skierowany do każdego i swoista popkulturowa kontrkultura czy, jak chce Barbara Fatyga, „skomercjalizowana alternatywa/alternatywne zawodowstwo/niezależna komercja”<sup>678</sup> – bardziej skomplikowana, wyszukana estetycznie i treściowo, nieoczywista, z otwartym zakończeniem i otwarciem się na odbiorcę, który ma nadać tekstowi ostateczne znaczenia. Jest to popkultura uciekająca od banału, zadająca ważne eschatologiczne pytania i starająca się na nie odpowiedzieć.

W czasach, gdy amerykańska kultura była Polakom reglamentowana, ten podział nie był dla nich tak widoczny, chociaż w filmie zaczął się pojawiać od lat 60., kiedy to nastąpiły wyraźne zmiany pod wpływem zarówno amerykańskich twórców niezależnych, jak i wpływów francuskiej Nowej Fali na kino hollywoodzkie. Tyle że, jak pamiętamy, w czasach Polski Ludowej władze z troski o poziom intelektualny społeczeństwa nie narażały go na tandetną amerykańską rozrywkę, wprowadzając na rynek ofertę bardziej wyważoną. Poza tym teksty przeznaczone na polski rynek były starannie selekcjonowane, również pod względem przydatności ideologicznej. Dlatego w kinie pokazywano zarówno amerykańskie kino niezależne, jak i wartościowe filmy hollywoodzkie. W latach 80., gdy wideo uwolniło odbiorców od dyktatu władzy i ekspertów, zapragnęli oni treści rozrywkowych i trywialnych. Pierwsza telewizja prywatna, i piracka zarazem, Polonia 1 odpowiadała na te potrzeby i w miarę jak rynek reklamy stawał się kluczem do tworzenia telewizyjnych ramówek, teksty amerykańskiej kultury popularnej reprezentowały właśnie ten rodzaj rozrywki – zdecydowanie niewyszukanej intelektualnie.

---

<sup>678</sup> B. Fatyga, *op. cit.*

W tym krajobrazie, który przypomina „rozległą ziemię jałową”<sup>679</sup>, programy ambitniejsze, ciekawsze, adresowane do bardziej wymagających odbiorców nie miały miejsca, a już na pewno nie w czasie największej oglądalności. Serial *Przystanek Alaska* tę tendencję przełamuje – wprawdzie emitowany jest po 23.00, ale jego popularność świadczy o tym, że istnieje znaczna grupa widzów, która oczekuje ambitniejszej rozrywki. Taką potrzebę zasygnalizował już w 1991 roku serial *Miasteczko Twin Peaks* w reżyserii Marka Frosta i Davida Lyncha, którego emisja w piątkowe wieczory w najlepszym czasie oglądalności wyludniała polskie ulice. Serial ten, choć kluczowy dla samej formy gatunku i również kultowy, bo stał się przedmiotem wielu odniesień w kulturze popularnej, ze względu na swój charakter magicznego surrealistycznego thrillera – nie służył widzom do szukania odpowiedzi na pytanie „jak żyć?”. Działał raczej na podświadomość odbiorców, hipnotyzował obrazem, muzyką, tajemniczością. Rozbudzał ciekawość Ameryki, tu po Lynchowsku pokazanej jako miejsce o dwóch obliczach, tym pocztówkowym, słodkim, uwodzicielskim i tym mrocznym, pełnym ponurych tajemnic.

Niewątpliwie *Miasteczko Twin Peaks* byłoby chętnie pokazywane przez telewizję PRL-u, jeśli powstałoby kilka lat wcześniej. Jego forma nie dla wszystkich jednak była do zaakceptowania. Zafascynowani serialem byli głównie ludzie młodzi lub posiadający dużą kompetencję audiowizualną. Dla widzów przywykłych do tradycyjnych rozwiązań narracyjno-formalnych serial był zbyt nowatorski. Dlatego zarówno *Miasteczko Twin Peaks*, jak i *Przystanek Alaska* możemy zaliczyć do tych produkcji, które podważają tezę o jałowości telewizyjnych produkcji, które są bardziej alternatywne w charakterze i adresowane do innych grup odbiorczych, ambitnych, poszukujących widzów. Takie grupy telewizyjnych odbiorców rozwiną się na dużą skalę już w nowym stuleciu, gdy po pierwsze, producenci telewizyjni stworzą dla nich bogatszą ofertę, a po drugie, pojawi się nowe medium, które pozwoli im korzystać z tej oferty na ich, widzów, warunkach. Do

---

<sup>679</sup> Wyrażenie użyte przez Newtona N. Minowa, prezesa Federal Communications Commission, w przemówieniu wygłoszonym 9 maja 1961 roku, skierowanym do amerykańskich nadawców telewizyjnych, którym określa pustkę i banalność telewizyjnej oferty programowej determinowanej wskaźnikami oglądalności i pozyskiwaniem reklamodawców. Przemówienie nosiło tytuł *Television and the Public Interest* i było apelem Minowa o to, by nadawcy zdali sobie sprawę z tego, jakim ogromnym głosem i wpływami społecznymi dysponują, i uczynili ofertę telewizyjną bardziej ambitną.

wątku amerykańskich seriali i ich ważności dla polskiego odbiorcy powrócimy w dalszym ciągu naszych rozważań.

## 7. MIĘDZY MTV A POLSKIM BLOKOWISKIEM, CZY AMERYKAŃSKA KULTURA MA WCIAŻ POTENCJAŁ SUBWERSYWNY?

Podział na teksty ambitniejsze, bardziej wymagające, uciekające od wytartych klisz i przewidywalnych rozwiązań oraz te, które wciąż pozostawały jedynie niewybredną rozrywką, był również widoczny w muzyce. W sierpniu 1981 roku nadawanie zaczęła MTV, która butnie głosiła, że dzięki niej już nigdy nie popatrzymy na muzykę w taki sam sposób. Od lat 80. to MTV zawłaszczyła wyobraźnię muzyczną ludzi na całym świecie, lansowała wielkie gwiazdy, jak Madonna czy Michael Jackson, i wielkie przeboje, stała się wyrocznią muzycznego gustu. Jednocześnie czujnie śledziła rozmaite zjawiska muzyczne i tym, które uznała za godne uwagi, budowała światową popularność. To właśnie w MTV świat usłyszał o Nirwanie, dzięki której alternatywny rock wszedł do mainstreamu, czy rapie, któremu poświęcono jeszcze pod koniec lat 80. dwugodzinny cykliczny program *Yo! MTV Raps*. To ten program nadał rapowi globalny wymiar.

MTV stała się niezwykle ważnym medium dla młodzieży lat 80. i 90. Jej nowatorska formuła, polegająca na emitowaniu w systemie 24/7 teledysków, docierała do młodzieży na całym niemal świecie dzięki otwieraniu lokalnych stacji – początkowo na poszczególnych kontynentach, np. MTV Europe (1987), MTV Asia (1992), a następnie w ramach procesu regionalizacji stacji w konkretnych państwach, na przykład MTV India (1996), MTV Polska (2000). Młodzi Polacy bardzo dobrze znali ofertę MTV, a to głównie dzięki technologii wideo. Teledyski emitowane przez tę stację były często nielegalnie nagrywane i przegrywane w ramach sieci przyjacielskich kontaktów. Nieco później pierwsi operatorzy telewizji kablowej oferowali MTV w ramach płatnych abonamentów. Sama MTV bardzo szybko i sprawnie diagnozowała rynek i zawłaszczała wszystkie zjawiska muzyczne, które miały potencjał komercyjny.

Słuchali MTV zarówno ci o niewyrobnym guście muzycznym, zainteresowani wielkimi przebojami i wielkimi gwiazdami popu, jak i pasjo-



naci, którzy z niemal zawodowym znanstwem wsłuchiwali się w swoich ukochanych wykonawców o alternatywnym brzmieniu: grunge'owe zespoły, jak Pearl Jam, wspomniana już Nirvana czy Alice in Chains, głównie w specjalnie stworzonych programach, w cotygodniowym 120 *Minutes* czy w codziennym *Alternative Nation*. Prawdziwie zaangażowani byli też wielbicielowie właśnie hip-hopowych wykonawców, na początku głównie Afroamerykanów, potem także białych wykonawców tej muzyki z Eminemem na czele.

Właśnie kulturze hip-hopu<sup>680</sup> poświęcona została zamykająca część rozważań tego rozdziału, ponieważ tak jak uprzednio jazz czy rock'n'roll, tak teraz amerykański rap stał się źródłem inspiracji dla polskiej młodzieży, ustanawiając nowe zjawisko kulturowe, charakterystyczne dla pogmatwanych czasów transformacji. Tomasz Kleyff we wstępie do wydanej w 2014 roku przez Narodowe Centrum Kultury *Antologii polskiego rapu* pisze:

(...) rodzimy hip-hop ma wyjątkową moc i znaczenie dla naszej kultury, ponieważ jest zjawiskiem rozwijającym się już w wolnej Polsce, jest dzieckiem transformacji. Dzieckiem, które nie musiało się bać i walczyć z żadnym reżimem, korzystało z wolności słowa i zaczęło się bacznie przyglądać galopującym przemianom w Polsce. Śledząc ponad 20 lat rozwoju naszego hip-hopu, w tekstach można odnaleźć bardzo ciekawy i rzetelny opis kraju<sup>681</sup>.

Rap wyrósł w najbiedniejszych dzielnicach najpierw nowojorskich, a potem kolejnych amerykańskich miast, dlatego „jest »muzyką ulicy«, wyrażającą aspiracje, problemy i nadzieje mieszkańców tych dzielnic”<sup>682</sup>. Z tego właśnie powodu stał się idealną formą wyrazu dla polskiej młodzieży czasów transformacji, która podobnie jak reszta społeczeństwa nie czuła się komfortowo w nowej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Hip-hop był próbą „znalezienia własnego głosu przez mieszkańców polskich miast

<sup>680</sup> Pojęcia hip-hopu i rapu przez wielu badaczy oraz samych artystów są traktowane jak synonimy i używane wymiennie. Nie wchodząc w niuanse terminologiczne, zbędne dla naszych rozważań, zastosujemy takie samo podejście. Zob. np.: *The Anthology of Rap...*, s. XXIX; R. Pawlak, *op. cit.*, s. 11-20; T. Kukułowicz, *op. cit.*, s. 22.

<sup>681</sup> T. Kleyff, *Wstęp*, [w:] D. Węclawek et al., *Antologia polskiego rapu*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014, s. 10.

<sup>682</sup> S. Deditius, *Obelga jako rytuał w rap bitwie*, [w:] *Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. M. Miszczyński, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014, s. 41.

w okresie dość gwałtownych zmian gospodarczych i społecznych związanych z tzw. transformacją ustrojową. Transformacja ta była szczególnie odczuwalna w miastach, które – inaczej niż wsie i miasteczka – bardzo szybko znalazły się pod wpływem reguł kapitalistycznej gospodarki rynkowej (...)”<sup>683</sup>. Kluczowym zagadnieniem, które pozwoliło młodym mieszkańcom polskich blokowisk tak łatwo utożsamić się hip-hopem, była dzielona z amerykańskimi raperami kwestia wykluczenia, choć jego powody różniły się zasadniczo – dla amerykańskich raperów podstawowym problemem stanowiącym punkt odniesienia był, i nadal jest, rasizm, podczas gdy dla polskich wykluczenie ma charakter ekonomiczny i kulturowy<sup>684</sup>.

Karol Kurnicki w ciekawy sposób buduje odniesienia między polskim i amerykańskim rapem, analizując geografię i przestrzeń hip-hopowych aktywności. Zauważa on, że czołowi polscy raperzy, wywodzący się z dużych ośrodków miejskich – Warszawy, Poznania, Łodzi – głęboko osadzają swoje teksty w miejskiej topografii, czerpiąc z amerykańskich odniesień, mimo oczywistych różnic między polskimi a amerykańskimi miastami. I tak podobnie jak w amerykańskich tekstach kluczowym miejscem odniesienia jest dzielnica (*neighbourhood*), zwana przez polskich raperów „dzielnią” lub „ośką” (od osiedla), czy „getto”, „które w polskim kontekście traci część znaczenia ze względu na (...) brak kwestii rasowych, choć zachowuje element wskazujący na społeczne podziały jako obszary wykluczenia”<sup>685</sup>.

Osobliwa forma rapu, będąca rodzajem melorecytacji, była otwarta i niezwykle pojemna na wyrażanie słowami problemów, obserwacji i refleksji polskiej młodzieży z wielkomiejskich blokowisk. To stamtąd wywodzi się znaczna część wykonawców hip-hopowej sceny. Podobnie jednak jak w przypadku punka, znaczącą rolę w tworzeniu i promowaniu tej muzyki odegrała młodzież z tzw. dobrych domów, która w hip-hopie znalazła formę wyrażenia swojego młodzieńczego niepokodzenia ze światem.

Tomasz Kleyff zauważa, że

duży wpływ na rozwój hip-hopu w Polsce miała subkultura deskorolkowców, czyli skejtów. (...) To ze skejtowych amerykańskich filmów zgrywaliśmy nowe piosenki, bo takich nowości w sklepach muzycz-

<sup>683</sup> K. Kurnicki, „Dziś w moim mieście”. Społeczna i polityczna przestrzeń codzienna w polskim hip-hopie, [w:] *Hip-hop w Polsce...*, s. 147.

<sup>684</sup> *Ibidem*.

<sup>685</sup> *Ibidem*, s. 152.

nych jeszcze nie było, Internetu też wtedy jeszcze nie mieliśmy. Była ponadto legendarna audycja „Kolorszok” Bogny Świątkowskiej i DJ-a Volta (obecnie DJ 600V), którą w całości nagrywałem na kasety, bo były tam „świeżynki” prosto zza oceanu. Potem pojawił się także „Szok TV”, czyli program Bogny w TVP, gdzie można było oglądać nowe klipy. Podpatrywaliśmy w tych teledyskach, filmach i w gazetach modę na szerokie spodnie i duże koszulki z logo firm i zespołów<sup>686</sup>.

Pierwsi fascynaci rapu podglądali styl i zachowanie amerykańskich idoli, zakładali odpowiednią garderobę – luźnie, bardzo szerokie spodnie, za duże T-shirty, specjalne czapki, chcieli wyglądać jak Amerykanie. Próbowali także zmierzyć się z tymi fascynującymi dźwiękami i włożyć w nie swoje, lokalne problemy. Na przełomie 1993 i 1994 roku powstały dwa zespoły, które zapoczątkowały hip-hop w Polsce – Kaliber 44 i Wzgórze Ya-Pa 3. Niedługo potem, w 1995 roku, pojawiła się płyta *Alboom* Liroya, artysty z Kielc, uważanego za twórcę polskiej odmiany gangsta rapu. Ich niekwestionowany sukces komercyjny

pokazał całej Polsce, że nasz trudny język pasuje do rymowania, że może fajnie i dynamicznie brzmieć. Każde miasto, osiedle czy podwórko wydało nowego rapera lub producenta beatów. Wystarczył komputer i kilka programów muzycznych plus mikrofon pojemnościowy umieszczony za płachtą z koca i można było zamienić każdy pokój w studio nagraniowe. Rap zaczął różnicować się ze względu na region, z którego pochodził – zarówno tekstowo, jak i brzmieniowo. Pojawiły się elementy gwary, a styl muzyki nawiązywał do aktualnych inspiracji ludzi z danego miasta. Warszawa mocno zapatrzona była w brudne brzmienie Nowego Jorku, a Poznań był jak amerykański West Coast, czyli lubił kalifornijskie g-funkowe motywy<sup>687</sup>.

Właściwie w każdym większym mieście powstawały zespoły hip-hopowe. O ile początkowo muzyka ta w Polsce bardzo intensywnie czerpała z amerykańskich wzorów, o tyle od 1995 roku polski hip-hop buduje własną tożsamość, własny styl muzyczny, przede wszystkim teksty, które odnoszą się do polskiej rzeczywistości. „Przez wiele lat w Polsce dominował uliczny rap traktujący o problemach, podziałach społecznych, racz-

<sup>686</sup> T. Kleyff, *op. cit.*, s. 10.

<sup>687</sup> *Ibidem*, s. 15.



15. Polski hip-hop przejął formę i estetykę z amerykańskiego oryginału, lecz uzupełnił go tekstami stanowiącymi komentarz do polskiej rzeczywistości. Kadr z filmu dokumentalnego *Kiełce* (czyli *Polski Bronx* (1995), przedstawiającego początki kieleckiej kultury hip-hopowej

kującym kapitalizmie i sytuacji młodego człowieka bez perspektyw, który często radził sobie, żyjąc na bakier z prawem. Część kawałków była pesymistyczna. Mówiła, że siła jest tylko w »ziómkach« i że tylko na nich można polegać, że trzeba walczyć z systemem i olewać polityków”<sup>688</sup>.

W tym sensie hip-hop jest kontynuacją zbuntowanego rocka z lat 80., jednocześnie odnosząc się do innych wartości niż muzycy i miłośnicy rocka. Rock był muzyką kosmopolityczną, czerpiącą z hipisowskich tradycji otwarcia na drugiego człowieka i na inne kultury. Hip-hop przedstawia bardziej tradycyjną wizję świata, jasno zdefiniowanych ról kulturowych kobiet i mężczyzn, jest kulturą silnie zmaskulinizowaną, na najwyższym miejscu stawiającą tradycyjną męskość i męską przyjaźń. Choć pojawiają się dziewczyny raperki, to funkcjonują poza głównym nurtem tej kultury<sup>689</sup>. Jest też hip-hop bardziej drapieżny, nastawiony na walkę i rywalizację zarówno między wykonawcami, jak grupami/klanami zwolenników czy konkurujących ze sobą miast, dzielnic, osiedli.

Złote czasy polskiego rapu to lata 1998-2005, kiedy niemal każde miasto w Polsce miało swoją hip-hopową reprezentację. Największe na-

<sup>688</sup> *Ibidem*, s. 11.

<sup>689</sup> J. Struzik, *Seks i kapitalizm. Polski przypadek kultury hip-hopowej*, [w:] *Hip-hop w Polsce...*, s. 165-180.

zwiska wydały płyty w dużych firmach fonograficznych, występowały w main-streamowych mediach. W styczniu 2003 roku na ekrany polskich kin wszedł film *8 Mila* w reżyserii Curtisa Hansona, będący fabularyzowaną biografią białej gwiazdy amerykańskiego rapu, „króla hip-hopu” Eminema, który gra w nim samego siebie. Film ten wprowadził do Polski modę „na bitwy freestyle’owe, czyli na pojedynki w rymach improwizowanych”<sup>690</sup>.

Wtedy też, w okresie największego rozkwitu rapu, pojawili się, jak twierdzi Kleyff, wykonawcy, którzy w tej muzyce zobaczyli szansę na zaistnienie i wzbogacenie się, nieautentyczni, trywialni – wykonawcy „hip-hopolo”<sup>691</sup>. To wtedy rap stracił swoją najwyższą wartość: „autentyczność”, co sprawiło, że prawdziwi raperzy odsuneli się od mediów głównego nurtu. Zaczęli korzystać coraz więcej i częściej z Internetu, tam rozwijając swoją sztukę i przedsiębiorczość. Internet pozwolił im na zachowanie kontaktu z fanami, sprzedaż utworów, bez utraty wiarygodności, która zasadzała się głównie na tym, że rapowane teksty miały mieć w sobie prawdziwe emocje i przemyślenia.

Od 2009 roku polski hip-hop znów przeżywa dobry czas, nie bez znaczenia był tu wielki sukces filmu Leszka Dawida *Jesteś Bogiem*, opowiadający historię Magika, wybitnie uzdolnionego polskiego rapera. Ogromny sukces filmu uświadomił „całej Polsce, że hip-hop to nie jest niszowa subkultura kopiująca wzory z USA. Gatunek zyskał należny mu respekt i jest obecnie słusznie postrzegany jako najsilniejszy i najważniejszy nurt w polskiej kulturze niezależnej, mający jednak przy tym wpływ na to, co się dzieje w kulturze popularnej, modzie, mediach i wielu innych dziedzinach życia ważnych dla młodych ludzi”<sup>692</sup>.

Bez wątpienia obserwując polską młodzież w większych i mniejszych miastach, ubraną w podobnym hip-hopowym stylu, słuchającą rapu czy rytmicznie melorecytującą teksty, trudno uniknąć skojarzeń z amerykańskimi wzorcami. Hip-hop od lat 90. definiuje styl bycia, zachowania i modę znacznej części polskiej młodzieży. Moda ta przeniknęła poza granice samego hip-hopu, inspirując zarówno kolekcje wybitnych projektantów, jak i te masowe, które można nabyć w tzw. sieciówkach. Po-

<sup>690</sup> T. Kleyff, *op. cit.*, s. 18.

<sup>691</sup> *Ibidem*.

<sup>692</sup> *Ibidem*, s. 21.

dobnie jak kiedyś hipisowska czy punkowa, moda hip-hopowa weszła do mainstreamu i inspirowa ludzi, którzy niekoniecznie słuchają rapu. Sam rap i wyrosła wokół niego „autentyczna” kultura nadal jednak zachowują sporą niezależność od wielkich korporacji medialnych, zdając się na inne formy promocji i reklamy.

Trudno powiedzieć, jakie jest dziś miejsce amerykańskiego rapu w jego polskiej odmianie. Na ile to, co dzieje się za oceanem, wpływa na polskich twórców i na ile ich kształtuje. Kleyff twierdzi, że „nasz hip-hop ma polski charakter i jest tylko dalekim kuzynem tego amerykańskiego gatunku”<sup>693</sup>. Ewa Drygalska, znawczyni hip-hopu i autorka tekstów poświęconych temu zjawisku, w rozmowie ze mną stwierdziła, że dla polskich raperów amerykański rap nie jest już żadnym punktem odniesienia, wielu polskich twórców prawdopodobnie nie ma świadomości korzeni tej muzyki, a amerykańscy twórcy i ich utwory niewiele dla nich znaczą. To zapewne dowód na to, jak bardzo hip-hop wpisał się w polski pejzaż kulturowy i jak polskie elementy zdominowały oryginał, tworząc zupełnie nową, specyficzną polską jakość.

Polacy nie są jedynymi entuzjastami hip-hopu, to nowe zjawisko zafascynowało cały świat, a dzięki nowoczesnym technologiom komunikacyjnym urosło do rangi istotnego elementu procesów globalizacyjnych, jednocześnie stając się znakomitym dowodem na ich funkcjonowanie. Znow, jak w przypadku rock’n’rolla czy rocka, zawłaszczono oryginalną amerykańską formę muzyczną wraz z wizualnym *entourage’em* i wypełniono polską treścią. Formy hip-hopu w Polsce są bardzo dynamiczne, od niszowych, oddolnych aktywności artystycznych propagowanych w systemie spontanicznej wymiany po wielką, mainstreamową niemal popularność.

Hip-hop, choć na świecie funkcjonował od końca lat 70., w Polsce znalazł dobry grunt do rozwoju dopiero w czasach transformacji ustrojowej, stając się istotnym elementem kulturowego krajobrazu przemian. Amerykańska kultura popularna i tym razem dostarczyła Polakom inspiracji do wyrażenia buntu i niezgodny na otaczającą rzeczywistość. Po raz kolejny kontestacyjne aktywności zostały wymierzone w system, którego reprezentantem jest szeroko pojęty establishment, ale też po dawnemu władza, policja czy Kościół, a więc te instytucje systemu, które są odpo-

---

<sup>693</sup> *Ibidem*, s. 22.

wiedzialne za tworzenie różnic społecznych, i ograniczanie wolności jednostki. Rap pokazuje bodaj najdobitniej, jaki los spotyka niektóre formy amerykańskiej kultury popularnej trafiające na obce podłoże: na początku naśladowane, ulegają mniej lub bardziej świadomej modyfikacji, by następnie zostać zawłaszczone i wykorzystane do lokalnych potrzeb. W wielu przypadkach u użytkowników tych tekstów zaciera się lub wręcz ztraca świadomość ich pochodzenia, gubi istota amerykanizmu.

## 8. PODSUMOWANIE

W latach 90. amerykańska kultura popularna odegrała kluczową rolę społeczną, przyjmując funkcję bufora łagodzącego transformacyjne zmiany. Teksty amerykańskiej kultury, wyrosłe w demokratycznym środowisku, uczyły zasad demokracji, obywatelskich postaw, zasad współżycia społecznego, indoktrynowały i tłumaczyły. Stawały się również podręcznikami na temat kapitalizmu i jego mechanizmów. Podpowiadały rozwiązania na zagubienie jednostek w nowym systemie, na przykładach pokazywały, jak się nie zatracić w nowych wartościach, takich jak materializm, kariera, sukces. Przekazywały, jak wyglądają nowoczesne społeczeństwa i z jakimi problemami próbują się uporać. Spełniały też funkcję rozbudzających ambicję i motywujących do działań przynęt, prezentowały wizerunek nowoczesnego społeczeństwa, do którego aspirowali Polacy.

W wielu obszarach kultury okresu transformacji to właśnie amerykańska kultura popularna przejmowała funkcję autorytetu. Poprzez swoich bohaterów, teksty piosenek mimo woli stawała się głosem przywództwa w odurzonej kapitalizmem Polsce. Ameryka dostarczała wzorców, a Polacy je chętnie chłonęli, z nadzieją na zbudowanie rzeczywistości podobnej do tej zza oceanu. Poziom krytycyzmu wobec tej rzeczywistości był w Polsce bardzo niski, a Ameryka nadal była, również za sprawą swoich eksportowych towarów kulturowych, krainą szczęścia i sukcesu. Fajnym krajem, któremu bardzo współczuliśmy i z którym 11 września 2001 roku opłakiwaliśmy 3000 ofiar, które straciły życie w terrorystycznym ataku na World Trade Center. Po tym wydarzeniu nic już nie było takie samo. Również charakter spotkań Polaków z amerykańską kulturą popularną zaczął powoli ulegać zmianie.





## ROZDZIAŁ 6

### SPOTKANIE CZWARTE. W KIERUNKU POSTAMERYKANIZACJI – MIEJSCE I ROLA AMERYKAŃSKIEJ KULTURY POPULARNEJ WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE

Przekora jest intelektualnym instynktem samozachowawczym<sup>694</sup>.

#### 1. ZARYS SYTUACJI POLITYCZNO-SPOŁECZNEJ

Pierwsze kilkanaście lat przemian ustrojowych przyniosło znaczącą odmianę polskiej rzeczywistości. Polska szybko nadrobiła wieloletnie zapóźnienia gospodarcze i kulturowe, zaś mechanizmy wolnego rynku z całą mocą kształtowały polskie społeczeństwo w zakresie zachowań kulturowych, stylów życia i obyczajów. Polacy spędzili te lata na zachłannym, niejednokrotnie bezrefleksyjnym konsumowaniu, uzupełnianiu braków cywilizacyjnych i rozmaitych niedostatków. Ameryka w tym okresie była wzorem do naśladowania, a liberalna wersja amerykańskiego kapitalizmu inspirowała wielu do działania. Jednak początek nowego tysiąclecia przyniósł kluczowe zmiany nie tyle w oficjalnych relacjach polsko-amerykańskich – te wydają się zachowywać wyjątkową stabilność – lecz w społecznym postrzeganiu Stanów Zjednoczonych przez Polaków. Po dramatycznych wydarzeniach 11 września 2001 roku, gdy „wszyscy byliśmy Amerykanami”<sup>695</sup>, i wyrazie wsparcia, solidarności i współczucia, jaki

---

<sup>694</sup> S. Kisielewski, *Rzeczy najmniej*, oprac. K. Orzechowski, Michalineum, Warszawa–Kraków 1988.

<sup>695</sup> *Nous sommes tous Américains* (Wszyscy jesteśmy Amerykanami) – tytuł artykułu zamieszczonego po atakach 11 września 2001 roku przez francuski dziennik „Le Monde”.

dali Polacy po tym zupełnie niewyobrażalnym ataku na państwo, z którym mieliśmy wyłącznie dobre doświadczenia, nasz stosunek do Ameryki zaczął się powoli, ale wyraźnie zmieniać.

Z jednej strony był to wynik zupełnie innego komunikatu, jaki Ameryka zaczęła przysyłać światu. Wydarzenia z 11 września 2001 roku nieodwracalnie zmieniły samą Amerykę, która po raz pierwszy w historii została tak dotkliwie zraniona. Inny przekaz płynący ze Stanów Zjednoczonych pokazał ten kraj jako nieufny, podejrzliwy, ale też agresywny i rządzny odwetu: wprowadzenie *Patriot Act*, wywołująca wiele kontrowersji walka z szeroko interpretowanym terroryzmem i atak na Irak, który wzbudził ogromny sprzeciw opinii publicznej, szczególnie w Europie Zachodniej, i którego sens jest obecnie podważany. Ameryka przestała być *cool*. Kryzys 2008 roku pogrzebał powojenny liberalny konsensus, w którym Ameryka jawiła się światu jako otwarta, demokratyczna, hojna i skora do niesienia pomocy innym. W efekcie również sama idea amerykańskiej wyjątkowości (*American exceptionalism*), kluczowa dla amerykańskiej tożsamości, zaczęła zanikać, w jej miejsce ujawnił się cały rezerwuar bardzo różnorodnych tożsamości. Amerykański przekaz stracił zarówno uwodzicielski charakter, jak i pewną spójność.

Dodatkowo prezydentura George'a W. Busha i jego decyzje polityczne wywołały silne fale krytyki na całym świecie, w tym także w samych Stanach Zjednoczonych. Republikański prezydent odwołujący się do tradycyjnych amerykańskich wartości i powołujący się na konieczność obrony świata przed terroryzmem oraz propagowanie demokracji uznany został za hipokrytę, który szczytnymi hasłami maskuje amerykański imperializm. To Bush i jego administracja są w znacznej części odpowiedzialni za antyamerykanizm, który przetoczył się przez świat na początku nowego tysiąclecia. Obszerna literatura na temat antyamerykanizmu i jego różnych twarzy i przyczyn<sup>696</sup> jest najlepszym dowodem na to, że stosunek świata do Ameryki uległ wyraźnej zmianie.

Te emocje udzieliły się również Polakom, którzy bodaj po raz pierwszy zobaczyli w Ameryce nie tylko przyjazne sobie państwo, z kulturą i sty-

---

<sup>696</sup> Zob. m.in.: *The Americanization of Europe...; Understanding Anti-Americanism. Its Origins and Impact at Home and Abroad*, ed. P. Hollander, Ivan R. Dee, Chicago 2004; M. van Elteren, *op. cit.*; P.J. Katzenstein, R.O. Keohane, *Anti-Americanism in World Politics*, Cornell University Press, Ithaca 2007, *Cornell Studies in Political Economy*.

lem życia, który zawsze ich fascynował, ale też politycznego gracza, który nie dotrzymuje obietnic i któremu wcale nie zależy na dobru ludzkości, lecz na własnych interesach. Hojność, otwartość oraz etos wolności i demokracji powoli przestawały być utożsamiane z Ameryką. Zamiast tego Polacy punktuja amerykańską interesowność, agresywną politykę, a nade wszystko obłudę zarówno w globalnym zwalczaniu terroryzmu (na przykład spreparowane powody ataku na Irak, traktowanie więźniów w Abu Ghraib), jak i w stosunkach polsko-amerykańskich (trudna dla wielu do pojęcia polityka wizowa).

Nie jest to trend o charakterze masowym, lecz raczej sygnały zmiany stosunku Polaków, szczególnie młodych, do Ameryki. W badaniach przeprowadzonych przeze mnie w roku 2008 wyraźnie widać pojawienie się refleksji krytycznej wobec Ameryki, przede wszystkim w zakresie prowadzonej przez Waszyngton polityki, a także intensywnej obecności amerykańskiej kultury popularnej w Polsce – zdominowanie repertuarów kinowych i telewizyjnych przez trywialne i oglupiające programy amerykańskie, wszechobecność restauracji typu fast food oraz bezkrytyczne naśladownictwo amerykańskich świąt konsumpcji, jak Halloween czy walentynki<sup>697</sup>. Polacy odczuli wtedy pewien nadmiar, rodzaj przesycenia tym, za czym jeszcze niedawno tęsknili i co było dla nich nie tylko atrakcyjne, ale też potrzebne.

Na krytyczne postawy Polaków wobec Ameryki i amerykańskiej kultury wpłynęło bez wątpienia przystąpienie Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku. Patrząc z polskiej perspektywy, to właśnie ten fakt zaważył bardziej na naszym stosunku do Stanów Zjednoczonych niż niepopularna polityka Waszyngtonu. W Europie Polacy zaczęli szukać spełnienia swoich marzeń o dobrobycie, wyjeżdżając masowo do pracy oraz do szkół i na studia. Wielka Brytania, Niemcy czy Francja otwierały rynki pracy, stając się dla wielu nowymi ojczyznami. Polacy, mimo rozmaitych opinii krytycznych kierowanych wobec migrantów, poczuli się w tych krajach akceptowani i traktowani w wielu aspektach na równych prawach z ich obywatelami. Europejskie obywatelstwo sprawiło, że Polacy zaczęli budo-

<sup>697</sup> J. Szymkowska-Bartyzel, *The Polish Face of Anti-Americanism*, [w:] *Quo Vadis America? Conceptualizing Change in American Democracy*, ed. B. Szklarski, Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main 2011, s. 137-147, *New Americanists in Poland*, 2.

wać bardziej kosmopolityczne postawy, a swoją tożsamość definiować już nie tylko w oparciu o kulturę i tradycję polską.

Sam proces konstrukcji nowej, europejskiej tożsamości odbywał się bardzo często w opozycji do Ameryki i pojęcia amerykańskości. Dla Stuarda Halla kluczowe w kontekście dyskusji o tożsamości jest pojęcie identyfikacji, które oznacza „rozpoznanie wspólnego pochodzenia czy pewnych cech dzielonych z inną osobą czy grupą. Proces identyfikacji odbywa się poprzez rozpoznanie różnic, w odniesieniu do Innego, w relacji do czegoś, czym się nie jest”. David Morley z kolei, wychodząc z twierdzenia Jeana Baudrillarda, że „Europa nie może zrozumieć siebie jedynie w oparciu o siebie samą”<sup>698</sup>, dowodzi, że europejska tożsamość budowana jest w oparciu o bycie „nie-Amerykaninem”: „Ameryka odgrywa skomplikowaną rolę w budowaniu europejskiej tożsamości kulturowej. Jako swego rodzaju anty-Europa – pozbawiona tradycji ziemia tego, co materialne, a nie kulturalne”<sup>699</sup>.

Polacy dzięki otwarciu Europy, mobilności i zapewne także propagandzie proeuropejskiej zaczęli się w naturalny sposób zwracać ku europejskim korzeniom, postrzegając siebie na powrót jako członków wielkiej europejskiej rodziny. W związku z tym podejściem, redefiniującym status Polski z zapóźnionego cywilizacyjnie kraju z Europy Wschodniej do pełnoprawnego członka europejskiej społeczności, pozycja Ameryki nie tylko spadła, ale też wiele obszarów amerykańskiej aktywności zostało poddane krytyce, jak wspomniane już zapędy imperialistyczne w obszarze polityki czy ekonomii oraz niepodbudowana tradycja i niewyszukana kultura amerykańska, chociaż nadal w wielu dziedzinach Ameryka pozostaje w oczach Polaków niekwestionowanym liderem – dotyczy to przede wszystkim postępu technologicznego oraz sposobu, w jaki determinuje on funkcjonowanie nowoczesnego społeczeństwa.

Bardzo często w ostatnich latach pojawiają się w dyskursie publicznym twierdzenia o amerykańskiej hipokryzji, tym, że Polska jest wykorzystywana w rozmaitych sojuszach, a doceniana wyłącznie w formie symbolicznych podziękowań czy niezobowiązujących deklaracji, za którymi nie idą żadne konkretne działania. Szczególnie bolesna wydaje się tu kwe-

<sup>698</sup> J. Baudrillard, *Ameryka*, s. 131.

<sup>699</sup> D. Morley, K. Robins, *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, Routledge, New York 2002, s. 50, *International Library of Sociology*.

stia wiz dla Polaków, przywoływana często jako przykład amerykańskiego zakłamania i swoistej nielojalności. Z jednej strony Polacy doświadczają otwartej i przyjaznej im Europy – różnorodnej, ciekawej, z bogatą historią i tradycją, z drugiej globalna fala antyamerykanizmu wzmacnia w nich poczucie niewłaściwego traktowania przez kraj, który do tej pory był przez Polaków postrzegany jako największy sojusznik, pogromca komunizmu i wielki wspierający pierwsze kroki Polaków w czasach transformacji. W 1990 roku 80%<sup>700</sup> Polaków uważało, że stosunki polsko-amerykańskie są bardzo dobre, a we wrześniu 2008 roku 74% badanych uważało, że Stany Zjednoczone „nadużywają swojej siły, aby podporządkować sobie politykę Polski”<sup>701</sup>.

Kolejnej przyczyny zmiany stosunku Polaków i do Ameryki, i do amerykańskiej kultury wynikają z dynamicznych i zakrojonych na szeroką skalę przemian w zakresie technologii komunikacyjnych. Udoskonalenie technologii tzw. starych mediów: kina, telewizji, radia, dzięki komunikacji satelitarnej czy sieciom kablowym spowodowało, że Polacy zaczęli w pełni korzystać z globalnej oferty mediów masowych: ofert kulturalnych wielu krajów, kanałów tematycznych *etc.*, co znacznie „rozrzedziło” i rozproszyło amerykańską obecność w tych mediach. Co więcej, nawet w samych Stanach Zjednoczonych telewizja w swej bardzo bogatej i zróżnicowanej ofercie skierowanej do dokładnie zdefiniowanych niszowych grup odbiorczych przestała być „opaską jednoczącą amerykańskie społeczeństwo”, jak postrzegał jej funkcję społeczną Jeff Greenfield jeszcze w latach 80.<sup>702</sup> Sama się zglobalizowała, dokonując deamerykanizacji amerykańskiej kultury. Telewizja kablowa, przekaz satelitarny, wielość kanałów, w tym także ogromna liczba kanałów płatnych, „szytych na miarę” potrzeb odbiorców, a do tego nieograniczone, niehierarchiczne zasoby Internetu skutkują pluralizacją wartości i brakiem jednej, jawnie dominującej amerykańskiej narracji.

---

<sup>700</sup> CBOS, Zestawienie wyników sondaży BS/77/30/90: Polacy o stosunkach polsko-amerykańskich i Amerykanach, Warszawa, III 1990, [online] [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/1990/K\\_031\\_90.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/1990/K_031_90.PDF), dostęp: 25 VI 2015.

<sup>701</sup> CBOS, Komunikat z badań BS/141/2008: Polacy o wpływie Stanów Zjednoczonych na świat, Warszawa, IX 2008, [online] [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K\\_141\\_08.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K_141_08.PDF), 25 VI 2015.

<sup>702</sup> J. Greenfield, *Television. The First Fifty Years*, Crescent Books, New York 1981, s. 248.

## 2. NOWE TECHNOLOGIE, NOWE PARADYGMATY UCZESTNICTWA W KULTURZE

Jednak prawdziwy przełom dokonuje się dzięki nowym mediom oraz procesowi konwergencji, na który składa się „przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpraca różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowanie odbiorców mediów”<sup>703</sup>. Za nowe media będziemy uważać za Lwem Manovichem media analogowe, które zostały przekształcone w postać cyfrową, i media cyfrowe, których użytkownicy mają swobodny dostęp do danych, mogą je kopiować bez utraty ich jakości oraz, co najważniejsze, mogą wchodzić z nimi w interakcje, co w praktyce oznacza, że użytkownik nowych mediów jednocześnie jest odbiorcą i twórcą tekstów medialnych<sup>704</sup>. Prócz tego nowe media charakteryzuje ich sieciowy, wszechobecny i otwarty charakter, jak również delokalizacja i niedookreślona przestrzenność. Początki nowych mediów sięgają lat 80., gdy pojawia się komputer osobisty, w powszechne użycie wchodzi przekaz satelitarny i technologia wideo<sup>705</sup>. Prawdziwą rewolucję komunikacyjną przyniósł Internet, który właśnie po roku 2004, również dzięki wsparciu finansowemu Unii Europejskiej, stał się w Polsce powszechnym środkiem komunikacji. Zapewniono wtedy wystarczająco dostępną infrastrukturę technologiczną oraz dostępność ekonomiczną tego medium dla znaczącej liczby Polaków. Internet był wprawdzie obecny w Polsce od połowy lat 90., lecz niewydolność połączeń i wysokie koszty znacznie ograniczały jego upowszechnienie.

Nowe media zmieniły gwałtownie paradygmat uczestnictwa w kulturze, co ma ogromne znaczenie dla kolejnej odsłony spotkań Polaków z amerykańską kulturą. Kulturotwórcza rola Internetu nie sprowadza się bowiem wyłącznie do produkcji oraz dystrybucji tekstów medialnych, tak jak to miało miejsce w mediach starego typu, lecz prócz tych podstawowych funkcji daje możliwość przetwarzania i przechowywania takich tek-

---

<sup>703</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 9-10, *Edukacja Medialna*.

<sup>704</sup> L. Manovich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 119-120, *Cyberkultura, Internet, Społeczeństwo*.

<sup>705</sup> *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Kurpisz, Poznań 1999, s. 375.

stów czy dzielenia się nimi. Internet też daje użytkownikom możliwość wytwarzania własnych tekstów i dystrybuowania ich na prawach równych z dużymi nadawcami medialnymi. Co jednak najważniejsze dla naszych rozważań, dzięki Internetowi użytkownicy mają dostęp do nieograniczonej ilości tekstów produkowanych zarówno przez wielkie koncerny medialne, jak i prywatnych twórców oraz możliwość korzystania z tych zasobów w czasie, miejscu oraz dawce dobranych według własnych potrzeb.

Ważnym również efektem dominacji Internetu jest zawłaszczenie starych mediów, które dziś funkcjonują właśnie w formie skonwergowanej i w takiej najczęściej są konsumowane przez Polaków, szczególnie młodych, którzy z Internetu uczynili medium pokolenia, coraz częściej ograniczając lub wręcz rezygnując z innych technologii komunikacyjnych. Portale informacyjne czy gazety w wersji online zastąpiły media drukowane, radio internetowe – tradycyjne radio, telewizję – telewizja internetowa, zaś kino – mniej lub bardziej legalne serwisy filmowe. Przejawem konwergencji mediów są zatem „zachowania (...) publiczności medialnej, przemieszczającej się praktycznie dowolnie w poszukiwaniu pożądanej przez siebie rozrywki”<sup>706</sup>.

### 3. POSTAMERYKANIZACJA?

Ta wielość tekstów, z których korzystają użytkownicy mediów, oraz niezwektorowany i bardzo indywidualny charakter komunikacji sprawiły, że amerykańska kultura popularna straciła swój dominujący charakter. Użytkownika Internetu może dziś bardziej zainteresować kultura Japonii, Argentyny czy Australii i za pośrednictwem sieci wypełni swój czas interesującymi go treściami, mogąc stale omijać, jeśli tylko tego zapragnie, teksty amerykańskie.

Jednocześnie teksty amerykańskiej kultury popularnej straciły swój ewidentnie amerykański charakter. Winfried Fluck twierdzi, że amerykańska kultura uległa procesowi „odnarodowienia” (*denationalization*)<sup>707</sup> rozumianego jako oderwanie jej od wartości, symboli i ikon, które miały-

<sup>706</sup> P. Siuda, *Kultura prosumpcji...*, s. 34.

<sup>707</sup> Termin *denationalization* ma w języku angielskim dwa znaczenia, jedno tożsame ze znaczeniem polskim i drugie, w którym oznacza pozbawienie czegoś cech narodowych.

by amerykański charakter. Różne produkty amerykańskiego przemysłu kulturowego są wytwarzane z myślą o odbiorcy globalnym i dlatego winny posiadać uniwersalny, a nie specyficznie amerykański charakter. Fluck twierdzi, że nawet „Hollywood musi unikać bycia zbyt amerykańskim i produkuje coraz mniej filmów dziejących się w amerykańskiej rzeczywistości, w zamian za to kręcąc coraz więcej filmów *fantasy* czy *science fiction*”<sup>708</sup>. Tymczasem coraz więcej producentów kultury popularnej z innych krajów również z myślą o globalnym odbiorcy stosuje podobną zasadę, tworząc teksty pozbawione specyficznie narodowych odniesień i kulturowej specyfiki. Dodatkowo sam biznes kulturowy ma charakter globalny, a właścicielami mediów „amerykańskich” są europejskie czy azjatyckie korporacje. Jeśli dodamy do tego twórcze wykorzystanie przez korporacje medialne energii i kreatywności samych odbiorców kultury, którzy właśnie dzięki nowym mediom „współtworzą” teksty kultury popularnej, wykorzystując do tego liczne intertekstualne odwołania, zauważymy, że zdefiniowanie i opisanie współczesnych produktów popkultury staje się coraz trudniejsze.

W tych okolicznościach coraz trudniej określić elementy amerykańskości, stwierdzić jednoznacznie, że dana piosenka, film czy serial są amerykańskie, bo też jakie kryterium amerykańskości przyjąć – producenta tekstu, świat przedstawiony, może pochodzenie wykonawców czy wartości, jakie ewokuje dany produkt kulturowy? Idea amerykańskości traci swój przejrzysty i koherentny charakter. Fluck twierdzi, że zarówno z powodów niespójnej wiadomości, jaką Ameryka zaczęła wysyłać światu po 11 września, jak też z powodu zmian wynikających z rewolucji komunikacyjnej, rozwoju globalnego biznesu oraz będącej ich wynikiem internacjonalizacji kultury amerykańskiej mówimy obecnie o erze postamerykanizacji, czasach, w których koncept amerykanizacji nie znajduje już uzasadnienia w debacie o kulturze<sup>709</sup>.

Amerykanizacja nie może dłużej służyć do opisywania wpływów amerykańskiej kultury. W czasach postamerykanizacji amerykańska kultura traci swoją wyraźną tożsamość, jednoznaczny charakter, a przez to

<sup>708</sup> W. Fluck, *Post-Americanization? The Changing Role and Perception of American Culture*, referat wygłoszony na konferencji „Back to the Game? Poland in Transatlantic Relations after 1989”, Kraków, 20 marca 2015.

<sup>709</sup> *Ibidem*.



traci również moc masowego oddziaływania na odbiorców. Procesy globalizacyjne, które jeszcze nie tak dawno „miały przede wszystkim amerykańską twarz”, stają się dziś coraz trudniejsze do opisanego, a dynamicznie zmieniające się w ich obszarze trendy – coraz mniej jednoznaczne i trudne do zidentyfikowania.

Bez wątpienia również w Polsce amerykańska kultura popularna weszła w erę *post*. Trudno dziś znaleźć produkt amerykańskiej kultury, który w naszym środowisku kulturowym miałby taką siłę oddziaływania społecznego, jak jazz w latach 40. i 50., rock’n’roll w latach 60. czy choćby hip-hop jeszcze w latach 90. Trudno też odnaleźć filmy manifesty, które zmieniałyby systemy wartości całych pokoleń, czy seriale, które tak jak *Dynastia* budziłyby czujność socjologów.

Zmianie ulega również rozumienie mainstreamu, które wobec dynamicznych procesów zachodzących dzięki nowym technologiom w obszarze kultury popularnej staje się coraz mniej operatywne. Mainstream, jak twierdzi Alison Huber, rozumieć należy jako „uprzedstrenioną wizualizację kultury dominującej”<sup>710</sup>, jako rodzaj metafory tej kultury, którą najłatwiej zobrazować w formie rzeki – której główne koryto konstytuowała właśnie Gramsciana hegemonia. Mainstream był zatem tym, przeciw czemu buntowały się subkultury, które jednak czasami zostawały przezeń wchłonięte i płynęły z głównym nurtem. Amerykańska kultura popularna stanowiła znaczącą część mainstreamu. We współczesnej kulturze metafora ta traci wyraźnie swoją oczywistość, ponieważ mieszają się i wzajemnie przenikają rozmaite teksty, zmieniając tak samo często swój status z subkulturowego na mainstreamowy, jak z mainstreamowego na niszowy i alternatywny.

#### 4. SERIALE NOWEJ GENERACJI – AMERYKAŃSKA KULTURA POPULARNA W STYLU HIP

Jedną z najbardziej charakterystycznych dla współczesnych czasów formą spotkań Polaków z kulturą amerykańską, obrazującą jednocześnie pewne

<sup>710</sup> A. Huber, *Mainstream as Metaphor: Imagining Dominant Culture*, [w:] *Redefining Mainstream Popular Music*, eds. S. Baker, A. Bennett, J. Taylor, Routledge, New York 2013, s. 6.

zapętlenie jej statusu, są amerykańskie seriale telewizyjne nowej generacji. Mowa tu o produkcjach telewizyjnych, które mniej więcej od początku nowego tysiąclecia są produkowane przez amerykańskie korporacje medialne takie jak Showtime (należąca do CBS Corporation), HBO czy ABC. Produkcje te często określa się pojęciem *Quality TV*, telewizji wysokiej jakości, ponieważ szczególnie w przypadku właśnie serialu jakość produkcji w zakresie wyszukanych scenariuszy, gwiazdorskich obsad, znakomitych, zaawansowanych technologicznie rozwiązań formalnych odbiega znacznie od jakości tradycyjnych seriali, które realizowano przy jak najmniejszym nakładzie kosztów i pracy. Wielość tytułów tych produkcji jest tak ogromna, że nie sposób wymienić je wszystkie. Dość powiedzieć, że w Polsce w samym roku 2008 cztery główne stacje telewizyjne: TVP 1, TVP 2, Polsat i TVN, wyemitowały sto seriali produkcji amerykańskiej<sup>711</sup>. Wprawdzie nie wszystkie z nich należały do seriali nowej generacji, ale też telewizja jako medium nie była w roku 2008 dominującym kanałem ich dystrybucji, o czym poniżej. Serialami, które będą nas interesować w kontekście naszych pytań o miejsce i charakter spotkań Polaków z amerykańską kulturą popularną, są takie tytuły, jak między innymi: *Rodzina Soprano*, *Sześć stóp pod ziemią*, *Skazany na śmierć*, *Zagubieni*, *Gotowe na wszystko*, *Dr House*, *Dexter*, *Californication*, *Siostra Jackie*, ale także *Homeland*, *Gra o tron*, *Mad Men* czy *House of Cards*, ostatni hit wśród polskich odbiorców.

Choć nie istnieje jedna definicja, którą można by zastosować do opisu tych produkcji, to bez trudu zauważymy, że są to teksty wyraźnie różniące się od poprzednich produkcji telewizyjnych, a jednocześnie mieszczące się w klasycznej definicji serialu, jaką podaje Wiesław Godzic: „serial jest narracyjną formą telewizyjną, która prezentuje w sposób regularny epizody, zawierające symultanicznie rozgrywające się historie z udziałem stałej grupy bohaterów. (...) Odcinki serialu zwykle nie mają wyrazistego zakończenia, w ramach pojedynczego epizodu zawierają na samym końcu zaskakujący element zawieszenia uwagi”<sup>712</sup>. W tych zasadniczych ce-

<sup>711</sup> A. Jaworska, *Polish American Story, czyli kto i dlaczego ogląda amerykańskie seriale w Polsce?*, [w:] *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, red. M. Filiciak, B. Giza, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, s. 196.

<sup>712</sup> W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004, s. 37-38, *Dziennikarstwo i Świat Mediów*.

chach nowe produkcje nie różnią się niczym od tych z wcześniejszych lat. Różnica tkwi jednak w kilku istotnych elementach, zarówno formalnych, jak i treściowych, a wynikających z faktu, że są to właśnie seriale traktowane z dużą starannością producencką, w które inwestowane są duże środki. Ich forma jest absolutnym zaprzeczeniem stylu zerowego: stylu, który został stworzony z troski o komfort widza, by ten mógł skupić się na opowiadanej historii i należycie ją przeżyć, dlatego podstawowymi cechami tego stylu uczyniono zrozumiałość, obiektywizm oraz przezroczystość formalną<sup>713</sup>. Aby osiągnąć te cele, ortodoksyjnie trzymano się chronologii wydarzeń, ukrywano filmową umowność, a wydarzenia i motywacje bohaterów musiały być tak przedstawiane, aby były dla widzów realistyczne. To wszystko służyło łatwej identyfikacji odbiorców z bohaterami i emocjonalnemu raczej niż intelektualnemu doświadczeniu.

Seriale nowej generacji odrzucają te zasady i prowadzą z widzem rodzaj kulturowej gry w znaczenia. Opowieści charakteryzują się dużym poziomem złożoności i zagmatwania miejsc, czasów, bohaterów. Często mieszane są na zupełnie niewytłumaczalnych zasadach światy fantastyczne z realnymi, fakty z wyobrażeniami czy snami bohaterów. Chronologiczny porządek jest nieustannie zakłócany retrospekcjami czy futurospekcjami. Gatunek, który jest, jak twierdzi Krzysztof Loska, swoistą umową twórców z odbiorcami, gwarantem, że odbiorcy dostaną to, czego oczekują<sup>714</sup>, w nowych serialach jest nieustająco kwestionowany i dekonstruowany. Rzadko pozostaje czytelny i oczywisty. Najczęściej twórcy bawią się różnymi gatunkami, cały czas rozbijając ich podstawowe założenia i schematy. Co więcej, widz staje się często świadkiem demistyfikacji rzeczywistości świata przedstawionego. Obnaża się przed nim kamerę, ekipę i cały arsenał narzędzi, który utrzymywał go w iluzji, że to, co ogląda, nie jest sztucznie powołanym do życia światem. Równie ważna jak emocje widza i proces projekcji-identyfikacji jest gra intelektualna, gra w zgadywanie i odkrywanie warstw znaczeniowych tekstów, zabawa w dopowiadanie zakończeń, które niemal nigdy nie są oczywiste i jednoznaczne. Pełno w tych serialach odwołań do innych tekstów zarówno z obszaru kultury

<sup>713</sup> M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego. Z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1994.

<sup>714</sup> *Kino gatunków. Wczoraj i dziś*, red. K. Loska, Rabid, Kraków 1998.

popularnej, jak i kultury wysokiej, mediów, polityki. Intertekstualna gra przybiera formę cytatu, pastiszu lub parodii. W efekcie widz, aby móc odczuć pełną satysfakcję z konsumpcji takiego serialu, powinien być bardzo kompetentny kulturowo, ale też znać historię i śledzić bieżące wydarzenia polityczne, społeczne czy sportowe. Bywa tak, że twórcy serialu w świecie przedstawionym zawierają swój pogląd na pewne fakty, wchodzą z nimi w polemikę, przedstawiają własne wersje.

Bohaterowie seriali nowych generacji to postaci wielowymiarowe, nieprzewidywalne, wymykające się jakimś określonym typom czy stereotypom, na których budowano postaci w tradycyjnych serialach. Taka konstrukcja niewątpliwie utrudnia identyfikowanie się z bohaterami, ale również oceny, sympatyzowanie z nimi czy też ich odrzucenie stają się trudne, jeśli nie niemożliwe. Genialny doktor House jest uzależnionym od psychotropów, sarkastycznym chamem. Dexter, oddany i lubiany policjant o chłopięcej twarzy, jest psychopatycznym seryjnym mordercą. Trudno w tych okolicznościach traktować serial jako tekst dydaktyczny, niosący jednoznaczne przesłanie. Nowe seriale nie są „telewizyjnym kinem pewności moralnej”, wręcz przeciwnie, niemal wszystko jest w nich niemoralne. Mnóstwo w nich odważnych scen erotycznych lub nawet obrazów brutalnego seksu i wszelkiego rodzaju przemocy, bohaterowie nie kryją się ze swoimi uzależnieniami od narkotyków, seksu, alkoholu czy psychotropów, a ich język pełen jest wulgaryzmów. W obszarze zainteresowania opowieści serialowych nowego typu znalazły się dysfunkcyjne rodziny, narkomani, transwestyci, homoseksualiści, dewianci. Na próżno szukać w świecie tych seriali moralnych autorytetów, dla których różnica między dobrem a złem nie budzi najmniejszej wątpliwości. Tony Soprano, główny bohater *Rodziny Soprano*, władczy mafioso, który nie radzi sobie z życiem rodzinnym i korzysta z usług psychoanalityka, stwierdza: „W dzisiejszych czasach wszyscy chodzą na terapię... i gadają o swoich problemach. Gdzie się podział Gary Cooper, typ silny i milczący. To był prawdziwy Amerykanin”<sup>715</sup>.

W nowych serialach nie ma archetypicznych, amerykańskich bohaterów, a obraz Ameryki, jaki się z nich wyłania, jest bardzo kontrowersyjny.

---

<sup>715</sup> *Rodzina Soprano*, pilot, 1999, cyt. za: J. Wierzychowska, *Wątki psychoanalityczne w serialu Rodzina Soprano*, [w:] *Post-soap. Nowa generacja...*, s. 99.

Nieszczęśliwe, zdemoralizowane społeczeństwo, które nie wierzy w Boga, gardzi religią, narkotyzuje się i nie szanuje ludzkiego życia. Ameryka to kraj niebezpieczny i skorumpowany, rządzą w nim psychopaci lub mafiosi, a dzieci wychowują neurotyczne matki-narkomanki. I brak sprawiedliwych, którzy zechcieliby zrobić z tym porządek. Niemal w każdym z tych seriali rozbijane są amerykańskie mity, które konsolidowały Amerykanów różnych ras i kultur. Polityczna poprawność również przestała w nich funkcjonować. Jasny przekaz moralny, który przesyłała Ameryka światu w swoich tekstach popkulturowych, został zastąpiony permanentnym relatywizowaniem zasad moralnych oraz zadawaniem trudnych, obrazoburczych pytań.

Serialne nowej generacji nie są tekstami przeznaczonymi dla wszystkich, to nie jest telewizyjne kino rodzinne. Amerykańskiej kulturze popularnej zarzucano, że adresuje swoje produkty do uśrednionego, masowego odbiorcy, że je standaryzuje i uniformizuje. W przypadku nowych seriali masowy, uśredniony odbiorca przestaje się liczyć. Adresatem tych tekstów są widzowie, którzy po pierwsze, są znudzeni starą formułą telewizji, po drugie, są gotowi zmierzyć się z taką wizją świata, z obrazami przemocy, wulgaryzmami *etc.*, po trzecie wreszcie, widzowie, którzy poruszają się płynnie w nowej estetyce obrazów, dynamicznej, migotliwej, mozaikowej, i rozpoznają kody, odniesienia, cytaty, które w takich serialach się pojawiają. Stąd też specjalna polityka emisji tego typu seriali w najpopularniejszych polskich stacjach telewizyjnych. Poza nielicznymi wyjątkami nie były i nie są to pozycje emitowane w czasie największych oglądalności (tzw. *prime time*). Można obejrzeć je późną nocą bądź na kanałach tematycznych, adresowanych do dokładnie zdefiniowanych grup odbiorczych, lub kanałach kodowanych. Wysublimowana forma tych seriali oraz ich kontrowersyjne treści sprawiają bowiem, że tzw. przeciętni odbiorcy, przyzwyczajeni do tradycyjnych, linearnie rozwijających się opowieści z klasycznym początkiem, środkiem i zakończeniem, wykazują nimi minimalne zainteresowanie.

Nie jest to wyłącznie specyfika polska. Fluck zauważa, że w Niemczech takie amerykańskie produkcje są również emitowane w późnych godzinach nocnych lub na płatnych kanałach. Powód jest ten sam, brak wystarczającego zainteresowania tzw. masowego odbiorcy, dla którego „są

zbyt wyszukane, zbyt zuchwałe, zbyt autoironiczne i zbyt dynamiczne”<sup>716</sup>. Musimy zdać sobie sprawę z tego, że choć mówimy o formie telewizyjnej, seriale nowej generacji przeważnie nie są oglądane na ekranie telewizora, lecz na komputerze podłączonym do Internetu. Odbiorca takiego serialu musi posiadać odpowiednie umiejętności technologiczne i kulturowe pozwalające mu na poruszanie się w cyfrowym świecie. Wskazane jest również, aby dysponował biegłością kulturową, ocierającą się w niektórych wypadkach o koneserstwo.

W związku z tym trudno używać w odniesieniu do odbiorców tych tekstów terminu „widz”, właściwszy jest „użytkownik”, który nie tylko ogląda kolejne odcinki, ale też w sposób aktywny uczestniczy zarówno w samej projekcji – ustala, kiedy i w jakiej dawce (odcinek, kilka odcinków, cały sezon) chce obejrzeć serial. W ten sposób uwalnia się od dyktatu ramówki i sam określa serialowy tekst, który ma ochotę właśnie zobaczyć – może odrzucić chronologię sezonów, odcinków, wrócić w dowolnym momencie do nowszych części. Często w dyskusjach poświęconych charakterowi konsumpcji amerykańskich seriali nowej generacji przywoływany jest termin *binge-watching/binge-viewing*, kompulsywnego oglądania bez przerwy po kilka odcinków serialu lub nawet całych sezonów. Odbiorca takich *post-soaps*<sup>717</sup> staje się też bardziej użytkownikiem niż tylko widzem, ponieważ bardzo twórczo korzysta z oglądanych przez siebie produkcji.

Anna Nacher, która analizując zjawisko konwergencji, zwraca uwagę, że konwergencja technologiczna przekłada się na praktyki kulturowe i może być widziana jako „*bricolage* zróżnicowanych praktyk medialnych”<sup>718</sup>, w których kluczową rolę odgrywa kultura partycypacji<sup>719</sup> we współtworzeniu produktu popkulturowego. Piotr Siuda mówi o kulturze prosumpcji, przez którą rozumie „współczesny sposób działania przemysłu kulturowego charakterystyczny dla zaczynającego dziś swoje panowanie kapitalizmu prosumpcyjnego”. Przemysł kulturowy wykorzystuje emocjonalne „zaangażowanie w produkt” prosumentów produktów popkulturowych zarówno do współkreacji, jak i dystrybucji tych produktów.

<sup>716</sup> W. Fluck, *California Blue...*, s. 223.

<sup>717</sup> Termin wprowadzony przez Barbarę Gizę i Mirosława Filiciaka na określenie amerykańskich seriali nowej generacji. Zob.: *Post-soap. Nowa generacja...*

<sup>718</sup> A. Nacher, *Serial 2.0 – model do składania*, [w:] *Post-soap. Nowa generacja...*, s. 226.

<sup>719</sup> *Ibidem*, s. 227.

W tym względzie pozwala się odbiorcom na bardzo dużo – im mocniej zawłaszczają oni dany tekst, tym lepiej, im bardziej czynić go będą swoim przez własne produkcje, interpretowanie, dystrybuowanie. Wykorzystanie partycypacji amatorów, ludzi niezatrudnionych, staje się dominującym modelem biznesowym, który nierzadko pociąga za sobą zwiększenie transparentności, to jest ujawnienia sposobów tworzenia, oraz oddanie w ręce konsumentów kontroli nad tekstem. Kultura prosumpcji zaczyna dominować między innymi wskutek rozwoju nowych technologii, umożliwiających nieprofesjonalistom pracę nad konsumowanymi dobrami. Przez pracę prosumenta rozumie się zarówno konstruowanie znaczeń, jak i tworzenie konkretnych produktów – obydwa rodzaje aktywności są cenne z punktu widzenia przemysłu<sup>720</sup>.

Odbiorcy amerykańskich seriali amerykańskich coraz częściej stają się prosumentami, tworząc fandomy poszczególnych seriali, biorąc udział w burzliwych dyskusjach na forach internetowych, poddając kreatywnej obróbce fotosy z serialu czy dokonując ponownego montażu jego fragmentów. Bardzo ciekawą aktywnością są dyskusje nad tłumaczeniem ścieżki dialogowej, poprawianie dokonanych przekładów, proponowanie nowych, bardziej zdaniem odbiorców adekwatnych.

Partycypacja odbiorców we współkreacji tekstów kultury popularnej nie jest zjawiskiem nowym. Nacher przywołuje badania brytyjskich szkoły studiów kulturowych dotyczące kultur fanowskich. Liczne teksty poświęca fandomom również Piotr Siuda<sup>721</sup>. Wspominaliśmy wcześniej o fenomenie odbiorczym sagi *Gwiezdnych wojen* czy serialu *Przystanek Alaska*. Aktywności te znacznie się nasiliły wraz z udostępnieniem odpowiednich narzędzi przez Internet oraz upowszechnieniem oprogramowań, które pozwalają użytkownikom tekstów popkultury przetwarzać je lub wytwarzać swoje, będące odpowiednimi komentarzami, interpretacjami czy krytyką. Krótko zatem rzecz ujmując, kultura prosumpcji dzięki rozwojowi

<sup>720</sup> P. Siuda, *Kultura prosumpcji...*, s. 34-35.

<sup>721</sup> Idem, *Fanfiction – zjawisko z kręgu medialnych fandomów*, [w:] *(Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje*, t. 1, red. M. Sokołowski, Algraf, Olsztyn 2007; idem, *Fani jako specyficzna subkultura konsumpcji. Pomiędzy fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi*, [w:] „Czas ukoj nas?”. *Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*, red. W. Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, *Przestrzenie Życia Społecznego*; idem, *Cierpliwość fana fantastyki: o tym, czy fan to marionetka czy partyzant*, „Kultura i Społeczeństwo” 2010, t. 54, nr 2.

technologicznemu i zintensyfikowaniu procesów konwergencji nabrała większej dynamiki i objęła znaczne grupy odbiorców.

Dzięki swej nieoczywistej postaci recepcja telewizyjnych seriali nowej generacji stała się swoistą formą kontrkulturowych zachowań, głównie dla pokolenia Y, ludzi urodzonych mniej więcej między połową lat 80. a połową 90., dla których media i technologie cyfrowe są drugim naturalnym środowiskiem i którzy za ich pomocą z zuchwałością próbują zmieniać realną rzeczywistość. Butni i pewni siebie, właśnie użytkując takie hermetyczne, bo trudne do zrozumienia dla starszego pokolenia, nowogeneracyjne seriale, znaczą swoją odrębność pokoleniową.

Prócz tej jednej, wyjątkowej funkcji, do jakiej współcześni użytkownicy wykorzystali nową formę starej telewizyjnej rozrywki, pozostałe funkcje wydają się niezmiennie. Badania Anety Jaworskiej wykazały, że amerykańskie seriale są oglądane z trzech podstawowych powodów: potrzeby rozrywki, potrzeby doznania emocjonalnego oraz potrzeby partycypacji społecznej<sup>722</sup>. Autorka badała wypowiedzi odbiorców amerykańskich seriali zamieszczane na popularnych serialowych forach internetowych.

Przeprowadzone przeze mnie na potrzeby innego projektu wywiady pogłębione również wskazują na te właśnie funkcje amerykańskich seriali w życiu Polaków<sup>723</sup>: „Głównie oglądam, żeby się zrelaksować, oderwać od rzeczywistości”; „Fajnie jest tak przenieść się w inną rzeczywistość”; „To jest mój relaks, który chyba stał się trochę nałogiem”; „Lubię tak odpalić komputer i obejrzeć sobie kolejny odcinek i nie myśleć o niczym innym”. Wprawdzie niektórzy badani twierdzili, że praktykowane są wspólne seanse albo wręcz maratony oglądania całych sezonów, to przeważnie jednak seriale te oglądane są w samotności. Badani wskazywali jednak, że nieoglądanie serialu, który właśnie oglądają wszyscy, może grozić formą wykluczenia towarzyskiego: „Znam wielu, którzy zaczęli oglądać jakiś serial tylko dlatego, że wypadali z rozmów, nie wiedzieli, o czym mowa, stali i słuchali. Czuli się głupio i zaczęli oglądać”; „Tak, bardzo ważne jest, żeby być na bieżąco, bo o tym się rozmawia przed zajęciami, na imprezie. Trzeba być na bieżąco”. Moi respondenci przyznawali się również do tego,

<sup>722</sup> A. Jaworska, *op. cit.*, s. 193-207.

<sup>723</sup> Między 1 IX 2014 a 30 III 2015 przeprowadzono 14 wywiadów pogłębionych. Respondentami byli studenci UJ, w wieku od 21 do 26 lat. Wywiady zostały nagrane, następnie dokonano tekstowego zapisu nagrania.



że śledzą fora serialowe, najczęściej jednak ograniczają się do dyskusji dotyczących serialu toczących się na Facebooku, „bo najłatwiej, każdy ma dostęp”.

Trudno zatem powiedzieć, czy *en bloc* to zaangażowanie współczesnych odbiorców w odbiór amerykańskich seriali jest silniejsze niż to, które charakteryzowało ich rodziców oglądających *Kojaka* czy *Pogodę dla bogaczy* – wtedy też w biurach i szkołach omawiano serialowe wydarzenia, dziś jedynie terytorium, na którym toczą się dyskusje, zostało rozszerzone. Z całą pewnością sama konsumpcja jest intensywniejsza, bo też oferta nieporównywalnie bogatsza. Moi respondenci przyznali się do śledzenia równolegle kilku serialowych opowieści, oczywiście serwowanych sobie w różnych dawkach. Pewne rozczarowanie przyniosło odkrycie, że odbiorcy rzadko w ogóle zauważają, że serial zaprasza ich do gry intelektualnej, rzadko też spostrzegają intertekstualne odniesienia. Tylko jeden respondent zapytany potwierdził, że cieszy go, jeśli rozpozna jakieś odwołanie do innego programu, filmu czy utworu muzycznego, „choć jak oglądam odcinek po raz pierwszy, to człowiek się rzadko koncentruje na niuansach, raczej idę za *flow* akcji”. Co ciekawe jednak, niemal wszyscy respondenci zauważyli, że oglądanie w sieci seriali nowej generacji jest aktywnością, która ich łączy, rodzajem pokoleniowego doświadczenia medialnego, i zauważają, że starsi członkowie rodziny nie podzielają ich fascynacji. Dwoje badanych potwierdziło, że któryś z rodziców ogląda regularnie jeden czy dwa seriale nowego typu, lecz za pośrednictwem telewizji. Tylko jedna badana przyznała, że czasami ogląda seriale także w telewizji, „to znaczy najpierw oglądam w Internecie, ale potem lubię sobie powtórzyć jak puszczają w telewizji”.

Zacytowanie niektórych wypowiedzi badanych na temat recepcji i praktyk odbiorczych seriali nowej generacji pragnę potraktować jako uzupełnienie pewnego idealistycznego obrazu kreatywnego i twórczego użytkownika. Z analiz moich badań wynika, że na poziomie przeciętnego młodego odbiorcy, nie fana czy pasjonata, który żyje serialową rzeczywistością, istotne są te same elementy, co w serialach starego typu: obejście fascynującej opowieści, aby się oderwać od codzienności, przeżyć coś ciekawego i móc się tym z kimś podzielić – rozrywkowa funkcja oraz chęć uczestnictwa w *quasi*-społecznych aktywnościach, to one motywują do zainteresowania się serialami nowej generacji. Nie wyklucza to jednak

odmienności tych seriali tworzonych na potrzeby odbiorców, którzy poszukują głębszych doznań, dynamicznych, nieprzewidywalnych akcji, migotliwych obrazów, zaskoczenia, ciekawych, nietuzinkowych bohaterów.

W latach 90. *Miasteczko Twin Peaks* i *Przystanek Alaska* zwiastowały zaledwie nową jakość w telewizyjnej ramówce, nowe tysiąclecie skonwergowanych mediów, posttelewizja, która jak głosi słynne hasło HBO, nie jest telewizją, przyniosły wysyp produkcji, które przede wszystkim zaprzeczają przekonaniu reprezentowanemu przez wielu badaczy kultury popularnej, szczególnie tych, których inspirowali przedstawiciele szkoły frankfurckiej, że amerykańska kultura popularna oznacza homogenizację, skrajną komercjalizację, że jest odtwórcza i pozbawiona oryginalności i że zagraża różnorodności kulturowej świata. Są to produkcje złożone z różnorodnych elementów, czerpiące zarówno z mainstreamu, jak i z rozmaitych kultur etnicznych czy subkultur, gdzie to, co komercyjne i skonformizowane, sąsiaduje z tym, co niezależne i alternatywne.

Amerykańskie seriale nowej generacji, ale także współczesne amerykańskie kino, amerykańska muzyka czy literatura udowadniają, że „jedyną siłą homogenizującą jest amerykańska różnorodność”<sup>724</sup>. W tym sensie być może amerykańska kultura popularna zatoczyła koło – zaczynała wszak od amerykanizacji różnorodnych kultur funkcjonujących w wielokulturowym i wieloetnicznym społeczeństwie, po to, by dziś dokonać swoistej deamerykanizacji swoich produktów. Florian Gross sugeruje nawet, że współczesne produkty amerykańskiej *Quality TV* mają programowo wpisaną wywrotowość, pozornie występując przeciw hegemonii, systemowi konsumpcji, powszechnie przyjętym zasadom społecznym, a cała ta strategia jest przymilaniem się do odbiorców, aby uśpić ich czujność. Przywołuje Gross słynną publikację Thomasa Franka *The Conquest of Cool*, w której autor pokazuje, jak Madison Avenue, antycypując młodzieżową rebelię lat 60., wdrożyła kontrkulturowy bunt do systemu konsumpcji, nie poprzez proste zawłaszczenie jego atrybutów, lecz stworzenie nowego modelu konsumeryzmu. „Utowarowienie wywrotowości doprowadziło do powstania konsumeryzmu *hip* napędzanego niesmakiem wobec społeczeństwa masowego jako takiego, do kulturowego perpetuum mobile,

---

<sup>724</sup> F. Gross, *A Kinder, Gentler Americanization? Transnational Cool and 30 Rock*, Academia.edu, [online] [https://www.academia.edu/22766694/A\\_Kinder\\_Gentler\\_Americanization\\_Transnational\\_Cool\\_in\\_the\\_TV\\_Series\\_30\\_Rock](https://www.academia.edu/22766694/A_Kinder_Gentler_Americanization_Transnational_Cool_in_the_TV_Series_30_Rock), dostęp: 30 VI 2015.

w którym niechęć wobec fałszu, tandety i codziennego ucisku społeczeństwa konsumpcyjnego mogła służyć coraz bardziej dynamicznie rozwijającej się konsumpcji”<sup>725</sup>.

Podobnie telewizja nowej generacji przekonuje odbiorców, że nie jest telewizją, i próbuje wzbudzić obrzydzenie wobec tradycyjnej telewizji, w której pełno tandety i opresywnych praktyk, zamieniających widza w odmóżdżonego zombie. Seriale nowej generacji są produktami *cool/hip* telewizji, a jej widzowie ulegają złudzeniu, że oglądając je, buntują się nie tylko przeciwko starej telewizji, ale też wszystkiemu, co reprezentowała. Nieposiadanie odbiornika telewizyjnego jest obecnie swego rodzaju snobizmem. Prawie wszyscy moi respondenci twierdzili, że albo nie posiadają w ogóle telewizora, albo jeśli telewizor jest w miejscu, gdzie mieszkają, to go nie oglądają, bądź też deklarowali sporadyczny kontakt z tym medium, „gdy jestem w domu na święta”. Wyznanie dziś w towarzystwie *hip*, że coś się oglądało w telewizji, jest aktem dużej odwagi, bo przecież telewizja oghupia. Jednak ci sami ludzie, którzy z taką pogardą patrzą na telewizor i tych, co siedzą przed nim, z zapamiętaniem oglądają najnowsze produkcje amerykańskiej telewizji, nie śpiąc po nocach i żyjąc w przeświadczeniu, że oghupić się nie dali. Poczucie pewnej wywrotowości, jakie odczuwają użytkownicy *post-soaps*, zostaje dodatkowo umotywowane samym sposobem zdobywania czy docierania do kolejnych odcinków bądź sezonów seriali – zważywszy, że przeważnie korzystają oni z nielegalnych źródeł, pirackich kopii, torrentów czy „chomików”. Dopuszczają się więc zachowań antysystemowych, stając się światoburcami na miarę czasów i możliwości, w jakich przyszło im żyć.

Zaangażowanie polskich użytkowników *Quality TV* nie jest zjawiskiem lokalnym, cały świat ogląda amerykańskie seriale, co więcej, ich formuła została przejęta przez twórców i producentów z innych krajów, polscy użytkownicy oglądają również seriale brytyjskie *The Tudors*, *Sherlock*, *Downton Abbey* czy duński *The Killing* (*Forbrydelsen*). Niewątpliwie formuła telewizyjnego serialu została za sprawą amerykańskich inspiracji zrewitalizowana, a dzięki zredefiniowaniu telewizji serialowe opowieści zyskały zupełnie nowy kulturowy status – z formy masowej, zestandaryzowanej rozrywki stały się narzędziem dla współczesnych rebeliantów *in*

<sup>725</sup> T. Frank, *op. cit.*, s. 28, 31, cyt. za: F. Gross, *op. cit.*

spe. Telewizja, która przez całe lata była postrzegana jako medium homogenizujące i uniformizujące, propagandowa tuba narzucająca światu jedno oblicze, zauważywszy, jak zmienili się odbiorcy i ich preferencje, jak z *interacted* stali się *interacting*<sup>726</sup>, dostosowuje swoją ofertę, pozwala im poczuć się wyjątkowo, dostarcza narzędzi wyrażenia nonkonformistycznych postaw. Być może oglądanie *post-soaps* spełnia funkcję podobną do tej, jaką dla poprzednich pokoleń pełnił jazz czy rock'n'roll, przecież to też była muzyka *cool*.

## 5. PODSUMOWANIE

Pewna nieprzychylność wobec Ameryki przełożyła się również na bardziej krytyczne traktowanie jej produktów kulturowych, a wraz z nimi amerykańskich mitów, co dodatkowo wzmocniły nowe technologie komunikacyjne nastawione na komunikacyjną zwrotność. Jednak mechanizmy rynkowe zareagowały bardzo sprawnie, dostarczając odbiorcom produkt, który rozbija i demaskuje amerykańskie mity, pokazuje Amerykę złożoną i niejednoznaczną, taką, jak widzą ją też krytyczni odbiorcy. Produkt ten wymaga twórczego i zaangażowanego odbioru oraz sporych kompetencji kulturowych i technologicznych. Amerykańskie seriale nowej generacji są bez wątpienia szyte na miarę i potrzeby współczesnych odbiorców. I jeśli w ogóle rozważamy mówienie o amerykanizacji w ich kontekście, to jest to już zupełnie inny proces niż ten, który niepokoił intelektualistów w latach 90. Może on być bardziej niebezpieczny, bo mniej oczywisty, bardziej zamaskowany, podstępny, wieloznaczny. Tak będzie działać amerykanizacja *hip*. Możemy jednak za Fluckiem uznać, że rola amerykańskiej kultury we współczesnym świecie tak bardzo się zmieniła, że koncept amerykanizacji stosowany do opisów procesów zachodzących we współczesnej kulturze jest już anachroniczny i bezużyteczny.

Przypadek amerykańskich seriali pokazuje przede wszystkim nieprawdopodobne możliwości przystosowawcze amerykańskiej kultury popularnej, dostosowującej się do czasów, okoliczności i odbiorców. Gdy

---

<sup>726</sup> M. Castells, *Spółczesność sieci*, tłum. M. Marody et al., red. nauk. M. Marody, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 376, *Wiek informacji*, 1.

Ameryka jako nadawca traciła spójność i nośność przekazu, amerykański przemysł kulturowy wyprodukował teksty bardziej wysublimowane, ale też bardziej autorefleksyjne, stroniące od jednoznacznych przesłań amerykańskiej ideologii, zamiast tego wchodzące z nią w polemikę. Amerykańskie seriale nowej generacji przekonują, że nie są pospolitą i skonformizowaną telewizją, próbują wpisać się w obszar znaczonej wywrotowością, pokazując czy wręcz obnażając mroczne strony amerykańskości. Dzięki tym zabiegom amerykańska kultura popularna pokazała swoje niezwykle możliwości adaptatywne i autoreproduktywne i sądząc po liczbie odbiorców nowych seriali na całym świecie, utrzymała swoją hegemonię, generując nowe wersje „Ameryki wyobrażonej”.



## ZAKOŃCZENIE

Polskie spotkania z amerykańską kulturą popularną miały wiele oblicz, spełniały rozmaite funkcje i wywoływały różne efekty. Docierały do Polski teksty tej kultury w formie wciągających i barwnych opowieści filmowych, porywających form muzycznych, różnych gatunkowo programów telewizyjnych czy gadżetów codzienności. Przeważnie teksty te anektowały obszar przeznaczony na rozrywkę i czas wolny. Jednak funkcjonalność amerykańskiej kultury wykraczała znacznie poza przyjemne wypełnienie czasu. Clifford Geertz<sup>727</sup>, mówiąc o religii jako systemie kulturowym, zauważa, że promuje ona i wzmacnia pewne wartości i postawy społeczne poprzez symbole i ikony, które kształtują świat tam, gdzie te wartości i postawy są istotne czy wręcz fundamentalne. Dlatego rozmaite wydarzenia i fakty kulturowe nie tylko się wydarzają, ale są też nasycone semantycznie. Wielu bohaterów, różne symbole czy ikony amerykańskiej kultury popularnej nadawały sens naszemu życiu, motywowały, dostarczały nadziei, wzorców i narzędzi do rozwiązania rozmaitych problemów.

W dwudziestoleciu międzywojennym amerykańska kultura popularna była dla Polaków ekskluzywnym wehikułem modernizacji. Fascynowała jako coś nowego i świeżego, ale dostarczała też wzorców osobowych, emancypowała, uwalniała jednostki od ich własnej ograniczającej i w pewien sposób represyjnej kultury. Przyczyniła się w sposób znaczący do promowania bardziej otwartych postaw czy relacji damsko-męskich. Wspierała indywidualizm i niezależność, kreowała postawy aspirujące, była synonimem nowoczesności i postępu.

---

<sup>727</sup> C. Geertz, *op. cit.*

Aspiracje i podążanie za pewnym wyobrażeniem kreowanym przez amerykańską popkulturę wyznaczały cele i sankcjonowały działania Polaków w różnych okresach historii najnowszej. Nawet w czasach komunistycznego reżimu, gdy amerykańska kultura popularna była zabraniana lub w najlepszym przypadku tylko krytykowana i gdy jej różne formy służyły Polakom do manifestacji buntu i niezgody na komunistyczne restrykcje i codzienną siermiężność, tęsknota za lepszym światem oraz pragnienia i dążenia, by się do niego dostać, były w znacznym stopniu napędzane wyobrażeniami stworzonymi przez teksty amerykańskiej kultury popularnej. Nawet wtedy, gdy Polacy cierpieli wiele niedostatków i ograniczeń, nie zrezygnowali z ambicji modernizacyjnych. Wyobrażeń o tym, jak wygląda nowoczesność i postęp, dostarczały właśnie przenikające różnymi drogami teksty amerykańskiej kultury popularnej.

Gdy nastał odpowiedni czas, to właśnie amerykańskie rozwiązania posłużyły Polakom do budowania nowej rzeczywistości, nowoczesnego państwa i nowoczesnego społeczeństwa. Lata 90. XX wieku i początek nowego tysiąclecia to okres czerpania, czasami dość bezkrytycznie, z amerykańskich wzorców i modeli oraz bezrefleksyjnego implementowania ich w polską, nieprzystosowaną lub po prostu nieprzystającą do amerykańskiej rzeczywistość, co rodziło czasami efekty karykaturalne. Jednocześnie amerykańskie formy popkulturowe zostały wykorzystane do krytyki tych zmian i wyrażenia antysystemowych postaw.

W każdym z tych okresów Stany Zjednoczone, ich historia, osiągnięcia, kultura były postrzegane przez Polaków bardzo pozytywnie, fascynowały różne obszary amerykańskiej aktywności – gospodarczej, politycznej czy kulturowej. Miało to kluczowe znaczenie dla charakteru naszych spotkań z kulturą tego kraju.

Wydarzenia z pierwszej dekady nowego tysiąclecia zmieniły polskie postrzeganie Ameryki. Obecnie w czasach względnej stabilizacji i pewności, otwarcia na europejską różnorodność, również amerykańskie teksty kulturowe zostały poddane bardziej krytycznej refleksji, choć kluczowe znaczenie dla zmiany ich charakteru oraz miejsca we współczesnym krajobrazie kulturowym mają nowe technologie komunikacyjne, które są obszarem aktywności zupełnie innych użytkowników – dociekliwych, bardziej krytycznych, a nade wszystko poszukujących oferty bardzo zindywidualizowanej, nieważnej głępszej czy mądrzejszej, obciachowej czy



wysublimowanej intelektualnie, ważne, że indywidualnej. Dotarcie z jedną „globalną Ameryką” do dużych grup odbiorczych jest obecnie bardzo trudne, jeśli nie niemożliwe.

Z całą pewnością amerykańska kultura popularna nie powiedziała jeszcze ostatniego słowa, a jej obecność w Polsce i na świecie ulega wprawdzie większemu zdywersyfikowaniu, ale nie maleje. Wręcz przeciwnie, zważywszy, że globalne wpływy amerykańskiej kultury mają charakter kumulatywny, wciąż pojawiają się jej nowe formy lub unowocześnione wcielenia form starych, ale te stare całkowicie nie zanikają, mogą co najwyżej stać się mniej popularne czy bardziej niszowe. Nie przestano grać i słuchać jazzu, gdy pojawił się rock’n’roll, nie zaprzestano emitowania i oglądania *Mody na sukces*, gdy pojawiły się *Gotowe na wszystko*. Amerykańska kultura popularna zajmuje coraz więcej obszarów kulturowego środowiska współczesnego człowieka, infekuje narodowe produkty kulturowe, nie dzieje się to jednak wbrew użytkownikom i bez ich przyjemności. W ciągu ostatnich stu lat amerykańska kultura popularna odegrała kluczową rolę, dystrybuując swoje produkty na skalę globalną, lecz ich prawdziwa siła wynikała z tego, jak służyły narodom, społecznościom czy jednostkom. Polskie spotkania z tą kulturą z jednej strony, mimo rozmaitych przeszkód i kurtyn, nie różniły się szczególnie od tych, jakie odbywali mieszkańcy innych krajów, co pokazuje jej niezwykle uniwersalny charakter. Z drugiej jednak strony spotkania te na poziomie lokalnym kształtowane były przez lokalne zapotrzebowania i uwarunkowania, a na poziomie jednostkowym – gusty, emocje czy potrzebę chwili.

Kwestia, czy amerykańska kultura popularna konformizuje i standaryzuje, czy wręcz przeciwnie, prowokuje do buntu i ubogaca, czy zmienia nasze wartości, czy tylko służy doraźnej rozrywce, zapewne długo nie zostanie jednoznacznie rozstrzygnięta. Głównie dlatego, że polimorficzny charakter amerykańskiej kultury popularnej, który szczególnie wyraźnie widać właśnie w serialach nowej generacji, skłaniałby nas raczej do wysuwania teorii o działaniu wielu, a nie jednej amerykanizacji. Nie należy ani demonizować wpływów tej kultury i straszyć widmem amerykanizacji, ani też przeceniać potencjału odbiorców do tworzenia postaw opozycyjnych wobec jej wpływów. Amerykańska kultura popularna tak silnie wrosła w naszą własną, że nie dostrzegamy jej amerykańskiego pochodzenia. Komu słuchającemu dziś polskiego rocka w wykonaniu Budki Suflera

przychodzą do głowy jakiekolwiek odniesienia do Ameryki i amerykańskości, kto, oglądając film Leszka Dawida *Jesteś Bogiem*, pomyśli choć raz o amerykańskiej genezie rapu? Amerykańska kultura popularna spełniała w naszej historii rozmaite funkcje – wprowadzała w nowoczesność, dostarczała narzędzi do budowania postaw opozycyjnych wobec reżimowych władz, była pod ręką, gdy trzeba było zademonstrować młodzieńczy bunt, podpowiadała, jak radzić sobie w nowej sytuacji polityczno-ekonomicznej. Rozwinięte technologie stworzyły możliwości jej transnacionalizacji, a w efekcie powstania kolejnych wizerunków „Ameryki wyobrażonej”, w których zapewne jeszcze długo będziemy szukali odbicia nas samych.

## EPILOG:

### CO NAM ZOSTAŁO Z TYCH SPOTKAŃ? PYTANIE O PAMIĘĆ

**W** 1970 roku w Ameryce ukazała się książka Joego Brainarda, urodzonego w 1942 roku artysty należącego do tzw. New York School, nieformalnej grupy twórców – malarzy, rzeźbiarzy, muzyków, poetów – którzy najaktywniej działali w Nowym Jorku w latach 50. i 60. Książka nosi tytuł *I remember* i jest osobliwym memuarem, w którym Brainard spisuje fragmenty swoich wspomnień, wspomnień-migawek, odkrywczych i banalnych zarazem, każde wspomnienie zaczynając od słów „I remember”.

Czasami potrzebuje dwóch-trzech zdań, aby opisać wspomnienie, czasami zaledwie jednego wyrazu. Przeplatają się w tych wspomnieniach postaci przyjaciół i aktorów, wydarzenia rodzinne z politycznymi, zasłyszane słowa piosenek i zapamiętane audycje radiowe czy telewizyjne, powiedzonka i obrazy. *I remember* to kilkaset zapisów stanowiących rodzaj poetyckiej instalacji, osobisty pamiętnik i biografię pokolenia.

Pomysł Brainarda zainspirował wielu do zmierzenia się ze swoimi wspomnieniami, między innymi Sylwestra Łatkowskiego, który w 2001 wydał książkę *Pamiętam jak...* składającą się z 472 krótkich ponumerowanych zapisków:

Pamiętam, jak w *Studio 2* pokazywano seriale *Kosmos 1999* i *Planeta małp*. (...)

Pamiętam zakłócenia w czasie odbioru audycji Radia Wolna Europa i Głos Ameryki. (...) Pamiętam, jak Ronald Reagan śpiewał: Żeby Polska była Polską. (...)

Pamiętam, że tytułowy temat do filmu *Ojca chrzestnego* Francisa Coppoli napisał Nino Rota. (...)

Pamiętam, jak Nina zachwycała się zapachem Old Spice. (...)

Pamiętam, jak w sklepach Pewex i Baltona można było kupować wyłącznie za dewizy. (...)

Pamiętam czarny monolityczny obelisk z filmu 2001: *Odyseja Kosmiczna* Stanleya Kubricka. (...)

Pamiętam: Ameryka to kraj kiczu, i uwielbiam ją za to. (...) <sup>728</sup>.

Książka Latkowskiego, podobnie jak *I remember* Brainarda, została uznana za głos pokolenia, swoistą autobiografię tych, których dzieciństwo i młodość przypadły na czasy między późnym Gomułką a Jaruzelskim. Z tekstu Latkowskiego wybrałam tylko niektóre z tych zapisków, które odnosiły się do Ameryki lub amerykańskiej kultury popularnej. Jest tego więcej, Ameryka bowiem stanowi bardzo ważną część naszej pamięci.

Marcin Kula w swojej książce *Nośniki pamięci historycznej* twierdzi, że „Przeszłość odzwierciedla się (...) praktycznie w każdym przedmiocie i zjawisku, które trwa do dziś. W konsekwencji nośnikami pamięci o przeszłości, przynajmniej potencjalnymi, jest dosłownie wszystko” <sup>729</sup>. Mogą to być jak u Brainarda i Latkowskiego filmy, fragmenty tekstów piosenek, urywki melodii, ubrania, zapachy, kolory czy smaki. Te same doświadczenia i wspomnienia stanowią o ukonstytuowaniu się pokolenia – ludzie z tej samej generacji pamiętają podobne fakty, postaci, dzielą nawet podobne doznania sensoryczne.

Rozważania na temat spotkań Polaków z kulturą amerykańską pragnę zamknąć nieco kontrowersyjnie, jak na wymogi piśmiennictwa aspirującego do naukowego, epilogiem niezwiązanym z główną narracją pracy, stanowiącym raczej komentarz i w tym wypadku także zapowiedź kolejnej pracy <sup>730</sup>, która będzie dotyczyć pamięci kulturowej i miejsca w niej ame-

<sup>728</sup> S. Latkowski, *Pamiętam jak...*, Słowo/Obraz/Terytoria, Gdańsk 2001, *passim*.

<sup>729</sup> M. Kula, *Nośniki pamięci historycznej*, DIG, Warszawa 2002, s. 7-8.

<sup>730</sup> Temat amerykańskiego transferu kulturowego w Polsce jest niezwykle rozwojowy i pełen obszarów wartych dokładniejszych badań i analiz. Warto przyrzeć się dokładniej funkcji amerykańskiej kultury popularnej w okresie międzywojennym. Badanie zawartości wybranych rodzajów czasopiśmiennictwa z tego okresu, np. prasy kobiecej czy magazynów filmowych, dostarczyłoby zapewne wielu informacji na temat wizerunku (wizerunków) Ameryki kreowanego przez te media oraz funkcji, jaką te obrazy, a w konsekwencji i wyobrażenia, spełniły w ówczesnym społeczeństwie polskim. Niezwykle kusząca wydaje mi się perspektywa analizy tekstów na temat Stanów Zjednoczonych zamieszczonych w „Przekroju”, który

rykańskiej kultury. Pomysł powstał bowiem podczas analizy materiału badawczego zebranego do innego projektu, a stanowiącego zapis dwóch dyskusji fokusowych przeprowadzonych z dwoma grupami respondentów. Pierwsza grupa, którą nazwę „Rodzicami”, to ludzie urodzeni w połowie lat 60., których dzieciństwo przypadało na czas gierkowskiej propagandy sukcesu, zaś młodość na lata 80. Mieli około 25 lat, gdy zmienił się system. Wszyscy badani mają wykształcenie wyższe. Druga grupa – „Dzieci” – to ludzie urodzeni na początku lat 90., już w demokratycznej Polsce, ich dzieciństwo przypadło na lata 90. i początek nowego tysiąclecia, młodość to czas, gdy Polska jest już członkiem Unii Europejskiej. Wszyscy badani w tej grupie byli studentami socjologii UJ. Potencjalnie więc przy takiej różnicy wieku te dwie grupy reprezentowały dwa następujące po sobie pokolenia X i Y, a badani mogli być dla siebie rodzicami i dziećmi. Przedmiotem badania była amerykańska kultura popularna. Badanym w obu grupach zostały zadane te same pytania, między innymi o wspomnienia z różnych okresów ich życia dotyczące Ameryki i amerykańskiej kultury.

Poniżej Czytelnik znajdzie wspomnienia, skojarzenia, refleksje spisane w formule stworzonej przez Brainarda. Wyłonią się z tych wspomnień obrazy dwóch pokoleń, które pomimo dzielącego je czasu i okoliczności politycznych w obszarze doświadczeń z Ameryką i jej kulturą będą mieć wiele wspólnego, choć pamiętać będą różne rzeczy. To, co wspólne, to bardzo indywidualny i emocjonalny stosunek do tekstów amerykańskiej kultury, dowód na to, że bardziej się amerykanizujemy sami, niż jesteśmy amerykanizowani, i że Ameryka mimo zmieniających się okoliczności ma silną pozycję tam, gdzie jej miejsce – w naszej wyobraźni.

---

w znacznym stopniu odpowiedzialny był za kształtowanie wizji świata polskiej inteligencji w czasach Polski Ludowej. Z analiz niewątpliwie wyłoni się nam obraz Ameryki lansowany przez „Przekrój” i konsumowany przez polskie elity intelektualne. Może być to obraz ciekawy, bo niejednoznaczny, zważywszy, że „Przekrój” był jednak zapatrzony bardziej w Paryż i Londyn niż Nowy Jork. Polska pamięć kulturowa i miejsce w niej amerykańskiej kultury popularnej jest również tematem nieprzebadanym, a jakże fascynującym. To tylko niektóre obszary, które moim zdaniem mogą wnieść ciekawą refleksję do polskiej myśli kulturoznawczej, ale nade wszystko nową i odświeżającą perspektywę w polskich badaniach amerykanistycznych.

## POKOLENIE X: RODZICE

Pamiętam gumę Donald i te kolorowe historyjki.

Pamiętam *Bonanzę* w telewizji czarno-białej i rytmiczną melodię początkową i końcową, płonącą mapę, która się przepala od środka i tam się pojawiają Cartwrightowie i Ponderosa.

Pamiętam *Rio Bravo*, pamiętam i melodię taką z *Rio Bravo*.

Pamiętam, telewizor już mieliśmy, jak poszedłem do podstawówki, to wtedy zaczęło się oglądanie westernów. Ale to był taki obraz Ameryki z przeszłości.

Pamiętam, *Małą Syrenkę* Disneya oglądałem, duże wrażenie na mnie zrobiła. Miałem chyba z 10 lat wtedy, u nas na osiedlu w kinie szła.

Pamiętam, jak moja mama opowiadała mi, że w latach 50. była *Królowna Śnieżka* w kinach.

Pamiętam *Teleferie* w telewizorze, najpierw czarno-białym, a już później, w okolicach 1980 roku w kolorowym. I w *Teleferie* idące kreskówki Disneya, w Święta Bożego Narodzenia i na Wielkanoc.

Pamiętam, jak w bloku obok kolega miał żołnierzyki amerykańskie, kawalerii amerykańskiej i to jeszcze były takie... no, w porównaniu do tych naszych siermiężnych, to było z tworzywa sztucznego, bardzo dokładne, takie precyzyjne. No kurczę, fantastyczne.

Pamiętam też, jaka była moda przez parę lat, jak wymienialiśmy się listami i prośby do koncernów wysyłaliśmy, dostałem naklejkę z STP. Już nie pamiętam, z jakiegoś amerykańskiego koncernu, a inni dostali Marlboro, Adidasa.

Pamiętam, były takie kłamry na spodnie, takie odpustowe, wielkie, blaszane i tutaj były zdjęcia, kadry z *Bonanzy*, właśnie.

Pamiętam funkcjonowanie takiego powiedzenia, że „wujek z Ameryki” albo „ciocia z Ameryki”. To było coś takiego, co każdy chciał mieć i... że były paczki z Ameryki. Nie, żebym je dostawała, ale ludzie opowiadali, że „są paczki z Ameryki”, albo że ktoś ma ciocię w Ameryce albo wujka.

Pamiętam, jak pierwsza paczka przysłała! To do końca życia będę pamiętała. Paczka przysłała 10 dni po wybuchu wojny jaruzelskiej, w punkcie odbiorczym, na dworcu towarowym pobieraliśmy tę paczkę i tutaj zima, czołgi, ZOMO, śnieg, brud i taka beznadzieja kompletna. I ta paczka, w której są pomarańcze, orzechy brazylijskie, pachnący proszek do prania, czekolada Toblerone.

Pamiętam taką starą puszkę, którą dziadek trzymał w piwnicy, z zapasów jakichś, tuż po wojnie i ja się cały czas zastanawiałam, co w tej puszcze jest takiego cennego, żeby ona tak długo w piwnicy leżała, nieotwarta. To była taka duża puszka... była ładna naklejka na niej, właśnie z flagą amerykańską. No i później tata mi wytłumaczył, że to jest szynka. Ja ciekaw byłem, jak ta szynka smakuje i otworzyłem tę puszkę. Było takie tsss... i to niestety wszystko, co zostało z szynki. Nic tam nie było, pusto było całkiem. Tyle pamiętam...

Pamiętam, jak z pięć lat miałem, wujek wrócił z Ameryki i przywiózł albo Mirindę, albo jakąś Fantę, jakiś w każdym razie napój. To był smak, który do tej pory pamiętam, i wiem, że czegoś takiego nie było wtedy.

Pamiętam napój w proszku o smaku truskawkowym. Koleżanka mojej mamy przywiozła kiedyś, jak przyjechała ze Stanów. Do tej pory pamiętam jeszcze smak tego napoju, takie rozpuszczalne.

Pamiętam taką osobliwość, to było zdjęcie cioci z Kanady, która przysłała zdjęcia. I mieliśmy plik zdjęć i w tym pliku czarno-białych zdjęć było jedno kolorowe... to była ciocia z Kanady.

Pamiętam, że mnie jakoś Ameryka nie kojarzyła się z młodzieńczym buntem, może częściowo... u mnie bunt był związany raczej bardziej z sytuacją polityczną w Polsce. Już w ostatnich klasach podstawówki byliśmy bardzo „rozpolitykowani”. W związku z czym Ameryka i bunt raczej się kojarzyły z polityką, z „Głosem Ameryki”, z „Wolną Europą”, znaczy no... ale przede wszystkim z „Głosem Ameryki”.

Pamiętam, że dla mnie Ameryka była jakimś sposobem, żeby usprawiedliwić się, że ja po prostu się nie uczę, bo ja szłam na wagary i paliłam papierosy, najlepiej amerykańskie.

Pamiętam jeszcze filmy typu *Znikający punkt*, takie, gdzie ścigają się przez te obszary... i można tak jechać i się ścigać. Tak, Kowalski. Chlubnie zawsze, jakiś rodak...

Pamiętam płytę Barbary Streisand, którą też dostałam w prezencie od mojego kuzyna. To już znacznie później. Bo jakoś te filmy, o których wy mówicie, to one w ogóle z Ameryką się nie kojarzyły. Tak jakoś były i nie budowały wizerunku jakiegoś konkretnego kraju. Ale ta Barbara Streisand właśnie tak bardzo.

Pamiętam *Złoto dla zuchwałych*. Dla mnie to jest kwintesencja Ameryki. I podejście do życia. Szajba.

Pamiętam *Blues Brothers*.

Pamiętam, na studiach mieliśmy taką panią z Ameryki jedną w grupie, która chyba podejrzewała, że my na granicy ubóstwa żyjemy. Mówiła: „Przyjdź, to ja Ci dam coś”. No to ja przychodziłam, a ona mi dawała np. taką broszkę złotą, właśnie niezłotą, z takim dużym kamieniem, albo radio plastikowe typu „hamburger”, z którego ten ser taki się wylewał i odbierał jedną stację. I oni nam to rozdawali, a potem myśmy (ale to w dobrej wierze nam dawali) się zbierali razem i np. ubieraliśmy się we wszystko, co oni nam dali. Mieliśmy bardzo dużą zabawę. Tak, że podli byliśmy też pod tym względem, przyznam.

Pamiętam, że tak gdzieś pierwsza połowa 70. lat, trafiały się w tych paczkach jakieś sztuki odzieży z bistoru, w jakichś takich kompletnie „od czapy” kolorach... różowe, seledynowe, beżowe. Trochę mi tak było wstyd. To z kolei rujnowało wyobrażenie o Stanach. Albo jakieś plastikowe gadżety, które się zaraz łamały.

Pamiętam, gdy moja ciotka wyjechała tam do swojego syna, mojego kuzyna, i zobaczyłam foldery z Empire State Building, i że te drapacze chmur jest to coś absolutnie innego.

## POKOLENIE Y: DZIECI

Pamiętam z dzieciństwa Alladyny, Małe syrenki, tak, ale to nie jest Ameryka. Kaczor Donald kojarzy mi się z dzieciństwem, nie z Ameryką.

Pamiętam, że w sobotę były emitowane westerny około 12.00. I te westerny oglądają Polacy. I one się nie łączą z Ameryką, tylko mitem Ameryki. To takie moje wspomnienie z dzieciństwa. Nie mieliśmy prawdziwej Ameryki, tylko taką bajkę Dzikiego Zachodu.



Pamiętam, że jak ktoś miał ciotkę w Stanach, to od razu jakieś super zabawki, gadżety i człowiek zazdrościł.

Pamiętam, jak dostawaliśmy paczki od wujka. To było wielkie wydarzenie, jak raz na jakiś czas dostaliśmy paczkę. Tam były różne rzeczy: ciuchy, zabawki, jakieś słodycze i różne takie. I przysłała paczka, i musieliśmy czekać na rodziców, żeby tę paczkę otworzyć, no i to trwało tak do 18.00. No to ustawiliśmy paczkę na środku i chodziliśmy wokół niej, i się modliliśmy, żeby paczka była owocna. I tak jak w tych filmach dosłownie, jak ci szamani, klękaliśmy przed tą paczką.

Pamiętam, że byłam takim namiętnym oglądaczem bajek i głównie mi się kojarzy Ameryka z przedmieściami i tymi domkami jednorodzinnymi i wszystkie te postaci mieszkały w tych domkach – taki typowy dom, garaż, podjazd, i tak bez płotów, bez ogrodzeń, i kojarzę, że oni mogli wszyscy zarabiać i zbierali dolary, takie zielone, do stoików, i to był taki inny świat. U nas czegoś takiego nie było, ja się wychowałam na osiedlu, ale nawet na wsi to też czegoś takiego nie było.

Pamiętam *Dynastię*, *Pogodę dla bogaczy*, pola golfowe, koszykówkę, to było szaleństwo.

Pamiętam, jak biegaliśmy z braćmi po betonowym boisku wokół jednego kosza bez obręczy i jak mieliśmy rzucać piłką, to przed rzutem wymieniliśmy nazwisko amerykańskiego gracza, którym niby byliśmy. To była taka relacja przepełniona emocjami. Aż mi się teraz żal zrobiło...

Pamiętam jeszcze w kinach był taki film, *Kosmiczny mecz* to się nazywało, i tam właśnie grały te wszystkie gwiazdy NBA.

Pamiętam, że *Kosmiczny mecz* widziałam 8 razy. Moja babcia pracowała w kinie i mnie wpuszczała. Już prawie na pamięć znałam ten film.

Pamiętam, jak byłam w podstawówce, to była moda na takie karteczki z tym filmem *Kosmiczny mecz*, i myśmy się tymi karteczkami wymieniali. Segregatory były i wymieniało się tymi karteczkami.

Pamiętam, że bawiłyśmy się z koleżankami, która jest Britney Spears, a która Christina Aguilera.

Pamiętam, że w tych filmach, które oglądałam, to oni mieli takie płatki śniadaniowe w kartonach, u nas takich nie było. I tam zabawki mieli. I pamiętam, że oni rano wstawali i wysypywali płatki z tych kartonów. I do tego pili sok pomarańczowy.

Pamiętam, że ważnym kanałem był dla mnie Cartoon Network.

Pamiętam, że na tych filmach oni pili mleko prosto z butelki, to było coś takiego, co nam nie było wolno, a oni pili prosto z butelki.

Pamiętam, jak powstawały supermarkety i McDonald'sy, i to budziło emocje.

Pamiętam komiksy *Superman*, *Batman*, *Spiderman*.

Pamiętam, jak w gimnazjum czytaliśmy „Bravo” i „Popcorn”. I jak nas śmiewaliśmy się z tego, co tam pisali.

Pamiętam, że wszyscy słuchali Eminema, i to się bardzo kojarzyło z buntem, i że zbuntowaną Amerykę z tego filmu chciało się przenieść na te polskie osiedla.

Pamiętam, że słuchałem muzyki – gitarowej, amerykańskiej – MTV, zespoły punkowe, a oprócz tego literaturę, czytałem trochę autorów związanych z *beat generation*.

Pamiętam *MacGyvera* i *Power Rangers*.

Pamiętam, że mój tata oglądał dużo amerykańskich filmów na VHS.

Pamiętam, jak się w wypożyczalniach zapisywało na amerykańskie filmy. Nowości takie.

Pamiętam, jak przegrywaliśmy z telewizora na kasetę na przykład *Kevin sam w domu*; i potem się to oglądało w kółko.

*Króla lwa* pamiętam. I jak płakałam, jak umiera tata Simby.

Pamiętam, jak *Amerykańskiego ninja* oglądaliśmy z bratem dziesiątki razy.

Ameryka, jak widać, ukrywa się w najrozmaitszych zakamarkach naszej pamięci, zostają strzępy obrazów, dźwięków, kolorów, smaków. Trudno przewidzieć, co nam zostanie z takich spotkań. Może to być coś, co zmieni całe nasze życie, lub coś zupełnie nieistotnego, co mimo to pozostanie z nami do końca naszych dni. Piękną opowieść filmową o tym zrobił wiele lat temu Orson Welles – próbując w rewolucyjny wtedy sposób przekazać pewną uniwersalną prawdę, że tajemnicy, jaką jest człowiek, nigdy nie uda nam się poznać do końca. Nie dowiemy się też, czy i jak działają na niego teksty kultury, a rozważania na temat wpływów amerykańskiej kultury – w duchu katastroficznym czy euforycznym – i tak pozostaną jedynie prostymi ćwiczeniami w budowaniu krytycznych wywodów.



## BIBLIOGRAFIA

- ADAMSKA Maria Anna, POLAK Jędrzej, *Tom kultury. Lata 50. Przewodnik po wydarzeniach kulturalnych w Polsce i na świecie*, Vesper, Poznań 2008.
- ADORNO Teodor, *Minima Moralia. Reflection on a Damaged Life*, transl. by E.F.N. Jephcott, Verso, London 2005, s. 218, *Radical Thinkers*, 1.
- ADORNO Teodor, *Sztuka i sztuki. Wybór esejów*, tłum. K. Krzemień-Ojak, oprac. K. SAUERLAND, PIW, Warszawa 1990.
- ADORNO Theodor, *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*, ed. J.M. BERNSTEIN, Routledge, London 1991.
- ALLEN Robert C., *Speaking of Soap Operas*, University of North Carolina Press, Chapel Hill 1985.
- Ameryka w pamiętnikach Polaków. Antologia*, oprac. B. GRZEŁOŃSKI, Interpress, Warszawa 1975.
- Americanization and Anti-Americanism. The German Encounter with American Culture after 1945*, ed. A. STEPHAN, Berghahn Books, New York 2005.
- ANG Ien, *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, London 1985.
- ARNOLD Mathew, *Culture and Anarchy*, [w:] *The Complete Prose Works of Mathew Arnold*, vol. 5: *Culture and Anarchy with Friendship's Garland and Some Literary Essays*, ed. R.H. SUPER, University of Michigan Press, Ann Arbor 1965.
- BACEVICH Andrew J., *American Empire. The Realities and Consequences of U.S. Diplomacy*, Harvard University Press, Cambridge 2002.
- BACZKO Bronisław, *Wyobrażenia społeczne. Szkice o nadziei i pamięci zbiorowej*, przeł. M. Kowalska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- BANASIK Jakub, *Lata 90.: bez-czas i czasy równoległe*, „Dwutygodnik.com” VI 2011, wyd. 58, [online] <http://www.dwutygodnik.com/artukul/2271-lata-90-bez-czas-i-czasy-rownolegle.html>.
- BANASZKIEWICZ Władysław, WITCZAK Witold, *Historia filmu polskiego*, t. 1: 1895-1929, red. nauk. J. TOEPLITZ, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1966.

- DRZEWIECKA Milena, *Rozliczenie z lalką Barbie*, Psychologia-Społeczna, 30 VII 2014, [online] <http://www.psychologia-spoleczna.pl/felietony/106-drzewo-rozmaitosci/1656-rozliczenie-z-lalka-barbie.html>.
- BARTHES Roland, *Mitologie*, tłum. A. Dziadek, KR, Warszawa 2000, *Pisma*, t. 3.
- BARTHES Roland, *O zmianie przedmiotu badań, czyli mitologia dzisiaj*, „Konteksty. Polska sztuka ludowa. Antropologia kultury, etnografia, sztuka” 1992, nr 3/4.
- BAUDRILLARD Jean, *Ameryka*, tłum. R. Lis, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2001, *Spożyczenia*.
- BAUDRILLARD Jean, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królik, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005.
- BENARCZYK Arkadiusz, *Buffalo Bill w Rzeszowie*, Regiopedia – Podkarpackie, 20 II 2014, [online] <http://podkarpackie.regiopedia.pl/wiki/buffalo-bill-w-rzeszowie>.
- BLANKE David, *Rise of the Automoblie*, Teaching History, [online] <http://teachinghistory.org/history-content/beyond-the-textbook/24073>.
- BOGUCA Teresa, *Triumfujące profanum. Telewizja po przełomie 1989*, wybór Elżbieta CZERWIŃSKA, Renata LIS, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2002.
- BOGUNIA-BOROWSKA Małgorzata, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- BORCHERS HANS, KREUTZNER Gabriele, WARTH Eva-Maria, *Never-Ending Stories. American Soap Operas and the Cultural Production of Meaning*, WVT, Trier 1994.
- BOURDIEU Pierre, WACQUANT Loïc, *On the Cunning of Imperialist Reason*, „Theory, Culture & Society” 1999, vol. 16, no. 1, [online] <http://dx.doi.org/10.1177/026327699016001003>.
- BOURRE Jean-Paul, *Quand j'étais blouson noir. Récit*, Éditions Scali, Paris 2007, *Scali Littérature*.
- BREIDENBACH Ina, ZUKRIGL Joana, *Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*, Kunstmann, München 1998.
- BRAINARD Joe, *I remember*, tłum. K. Zabłocki, Wydawnictwo Lokator, Kraków 2014, *Seria Anachroniczna*, 2.
- BRODACKI Krystian, *Historia jazzu w Polsce*, Polskie Wydawnictwo Muzyczne, Kraków 2010.
- BROOKS David, *Gangsta*, in *French*, „The New York Times” 2005, 10 XI, [online] <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=990DE1D6153EF933A25752C1A9639C8B63>.
- BROWN Daniel, *French Teddy Boys Rock to Imaginary America*, RFI, 19 IX 2009, [online] [http://www1.rfi.fr/actuen/articles/117/article\\_5149.asp](http://www1.rfi.fr/actuen/articles/117/article_5149.asp).
- BRYMAN Alan, *The Disneyization of Society*, SAGE, London 2004.
- BUCHOWSKI Marian, *Stachura. Biografia i legenda*, Opole 1993.
- BURSZA Wojciech J., *Osmoza kulturowa. Kontestacja w PRL*, [w:] *Doświadczenie i dziedzictwo totalitaryzmu na obszarze kultur środkowoeuropejskich*, red. Joan-

- na GOSZCZYŃSKA, Joanna KRÓLAK, Robert KULMIŃSKI, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2011.
- CASETTI FRANCESCO, ODIN Roger, *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semio-pragmatyki*, tłum. Iwona Ostaszewska, [w:] *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, red. Andrzej Gwóźdź, Universitas, Kraków 1994.
- CASSIRER Ernst, *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*, tłum. A. Staniewska, Czytelnik, Warszawa 1998.
- CASTELLS Manuel, *Spółeczeństwo sieci*, tłum. M. Marody et al., red. nauk. Mirosława MARODY, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, *Wiek informacji*, t. I.
- Cele socjalistycznego wychowania młodzieży*, [w:] *Tezy programowe Komitetu Centralnego PZPR przyjęte przez VII Plenum. O aktywny udział młodego pokolenia w budowie socjalistycznej Polski – zadania partii, państwa i narodu w wychowaniu młodzieży*, [s.n.], Warszawa 1972.
- CHERNUS Ira, *The Two Great American Mythologies*, Mythic America, [online] <https://mythicamerica.wordpress.com/the-two-great-mythologies>.
- CHŁOPEK Maciej, *Bikiniarze. Pierwsza polska subkultura*, Żak, Warszawa 2005.
- COUTTS-SMITH Kenneth, *The Dream of Icarus*, Hutchinson, London 1970.
- DEDITIUS Sabina, *Obelga jako rytuał w rap bitwie*, [w:] *Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. Miłosz Miszczyński, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014.
- DROST Jacek, *Mieczysław Suder laureatem konkursu miłośników rock and rolla*, „Dziennik Zachodni” 2010, 17 XII, [online] <http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/346771,mieczyslaw-suder-laureatem-konkursu-milosnikow-rock-and-rolla,id,t.html>.
- DUDEK Antoni, *PRL bez makijażu*, Znak, Kraków 2008.
- DUNCAN Russell, JUNCKER Clara, *Transnational America. Contours of Modern US Culture*, Museum Tusculanum Press, Copenhagen 2004.
- Eco Umberto, *Semiologia życia codziennego*, tłum. J. Ugniewska, P. Salwa, Czytelnik, Warszawa 1999, Nowy Sympozjon.
- EISLER Jerzy, *Marzec 1968. Geneza, przebieg, konsekwencje*, PWN, Warszawa 1991.
- ELTEREN Mel van, *Americanism and Americanization. A Critical History of Domestic and Global Influence*, McFarland and Co., Jefferson 2006.
- FATYGA Barbara, *Dzicy z naszej ulicy. Antropologia kultury młodzieżowej*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1999.
- FISKE John, *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, *Cultura*.
- FLUCK Winfried, *The Americanization of German Culture? The Strange, Paradoxical Ways of Modernity*, [w:] *German Pop Culture. How „American” Is It?*, ed. Agnes C. MUELLER, University of Michigan Press, Ann Arbor 2004, *Social History, Popular Culture, and Politics in Germany*.

- FLUCK Winfried, *The Americanization of Modern Culture*, [w:] *Cultural Policy, or the Politics of Culture?*, eds. Agata PREIS-SMITH, Piotr SKUROWSKI, Institute of English Studies, University of Warsaw, Warsaw 1999.
- FLUCK Winfried, *California Blue. Americanization as Self-Americanization*, [w:] *Americanization and Anti-Americanism. The German Encounter with American Culture after 1945*, ed. Alexander STEPHAN, Berghahn Books, New York 2005.
- FRANK Thomas, *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*, University of Chicago Press, Chicago 1998.
- FRIEDMAN Thomas L., *The Lexus and the Olive Tree. Understanding Globalization*, Farrar, Straus, Giroux, New York 1999.
- FRISZKE Andrzej, *Polska Gierka*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1995, *Dzieje PRL*.
- GADOMSKA Agnieszka, *Distribution of American Films in Poland*, [w:] *Is Poland Being Americanized? Proceedings from the Conference Organized by the American Studies Center of Warsaw University and the Polish-US Fulbright Commission*, Warsaw, June 13-14, 1997, ed. Cynthia DOMINIŁ, ASC WU, Warsaw 1998, *Rozprawy i Materiały Ośrodka Studiów Amerykańskich Uniwersytetu Warszawskiego*, 3.
- GAŁUSZKA Mieczysław, *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej. Rozprawa habilitacyjna*, Akademia Medyczna w Łodzi, Łódź 1997.
- GARLICKI Andrzej, *Piękne lata trzydzieste*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2008.
- GASZYŃSKI Marek, *Cudowne lata. Moja historia rock and rolla w Polsce*, Wydawnictwo Olesiejuk, Ożarów Mazowiecki 2012.
- GEERTZ Clifford, *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, tłum. M.M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, *Cultura*.
- GIERSZEWSKA Barbara, *Czasopiśmiennictwo filmowe w Polsce do 1939 roku*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, Kielce 1995.
- GILBERT David, „The Youngest Legend in History”: *Cultures of Consumption and the Mythologies of Swinging London*, „The London Journal” 2006, vol. 31, no. 1, [online <http://dx.doi.org/10.1179/174963206X113089>].
- Global Noise. Rap and Hip Hop outside the USA*, ed. Tony MITCHELL, Wesleyan University Press, Middletown 2001, *Music/Culture*.
- GODZIC Wiesław, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim bracie”*, Universitas, Kraków 2004, *Dziennikarstwo i Świat Mediów*.
- GOLKA Marian, *Cywilizacja, Europa, globalizacja*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1999.
- GOLKA Marian, *Transformacja systemowa a kultura w Polsce po 1989 roku. Studia i szkice*, Instytut Kultury, Warszawa 1997.
- GOMBROWICZ Witold, *Dziennik 1961-1966*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1986.
- GRASS Günter, *Błaszany bębenek*, tłum. S. Błaut, Wydawnictwo Morskie, Gdańsk 1991.



- GREENFIELD Jeff, *Television. The First Fifty Years*, Crescent Books, New York 1981.
- GRIS Henri, *Listy z Europy*, „Kino. Tygodnik Ilustrowany” 1937, nr 1.
- GROCHOWSKA Magdalena, *Przynęta i obroza Andrzeja Panufnika*, Magazyn Świąteczny „Gazety Wyborczej” 2014, 25 X, [online] [http://wyborcza.pl/magazyn/1,141465,16854218,Przyneta\\_i\\_obroza\\_Andrzeja\\_Panufnika.html](http://wyborcza.pl/magazyn/1,141465,16854218,Przyneta_i_obroza_Andrzeja_Panufnika.html).
- GROSS Florian, *A Kinder, Gentler Americanization? Transnational Cool and 30 Rock*, [online] [https://www.academia.edu/2276694/A\\_Kinder\\_Gentler\\_Americanization\\_Transnational\\_Cool\\_in\\_the\\_TV\\_Series\\_30\\_Rock](https://www.academia.edu/2276694/A_Kinder_Gentler_Americanization_Transnational_Cool_in_the_TV_Series_30_Rock).
- HALAWA Mateusz, *Z archeologii mediów: „Dynastia” i „Koło fortuny”*, „Kultura Popularna” 2004, nr 1.
- HANNERZ Ulf, *Networks of Americanization*, [w:] *Networks of Americanization. Aspects of the American Influence in Sweden*, eds. Rudolf LUNDÉN, Erik ÅSARD, Academiae Ubsaliensis, Uppsala 1992, Acta Universitatis Upsaliensis. Studia Anglistica Upsaliensia, 79.
- HEBDIGE Dick, *Hiding in the Light. On Images and Things*, Routledge, London 2002, Comedia Book.
- HEBDIGE Dick, *The Meaning of Mod*, [w:] *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-war Britain*, eds. Stuart HALL, Tony JEFFERSON, Hutchinson, London 1976.
- HEBDIGE Dick, *Subculture. The Meaning of Style*, Routledge, London 2003, New Accents.
- Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. Miłosz MISZCZYŃSKI, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014.
- Historia kina, cz.1: Kino nieme*, red. Tadeusz LUBELSKI, Iwona SOWIŃSKA, Rafał SYSKA, Universitas, Kraków 2009.
- HŁASKO Marek, *Piękni dwudziestoletni*, Instytut Literacki, Paryż 1987, Biblioteka Kultury, 128.
- HOFF Barbara, *Dzinsy – spodnie z epoki*, „Przekrój” 1958, nr 700.
- HOGGART Richard, *Spojrzenie na kulturę robotniczą w Anglii*, tłum. A. Ambros, PIW, Warszawa 1976, Biblioteka Myśli Współczesnej.
- HOLZER Jerzy, *Europa zimnej wojny*, Znak-ISP PAN, Kraków, 2012.
- HOLZER Jerzy, „Solidarność” 1980-1981, [w:] *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCEWICZ, Muzeum Historii Polski-Bellona, Warszawa 2011, *Polski Wiek XX*, 4.
- HUBER Alison, *Mainstream as Metaphor: Imagining Dominant Culture*, [w:] *Redefining Mainstream Popular Music*, eds. Sarah BAKER, Andy BENNETT, Jody TAYLOR, Routledge, New York 2013.
- HUSAIM-SOBECKA Ynona, POHL Krystyna, *Szczecińska Odra. Czar dzinsów z PRL-u*, Serwis „Głosu Szczecińskiego” GS24.pl, 3 IX 2012, [online] <http://www.gs24.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20120903/MAGAZYN01/373832877>.
- IDZIKOWSKA-CZUBAJ Anna, *Rock w PRL-u. O paradoksach współistnienia*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2011.

- INGARDEN Roman, *Studia z estetyki*, t. 2, PWN, Warszawa 1958, s. 104-111, *Dzieła filozoficzne* / Roman Ingarden.
- IRIYE Akira, *Globalization as Americanization?*, [w:] *The Paradox of a Global USA*, eds. Bruce MAZLISH, Nayan CHANDA, Kenneth WEISBRODE, Stanford University Press, Stanford 2007.
- ISSITT Micah L., *Hippies. A Guide to an American Subculture*, Greenwood Press, Santa Barbara 2009, *Guides to Subcultures and Countercultures*.
- JARZĄBEK Wanda, *Polska w polityce międzynarodowej i „zimnej wojnie” 1945-1989*, [w:] *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCIEWICZ, Muzeum Historii Polski–Bellona, Warszawa 2011, *Polski Wiek XX*, 4.
- JAWŁOWSKA Aldona, *Drogi kontrkultury*, PIW, Warszawa 1975, *Biblioteka Myśli Współczesnej*.
- JAWORSKA Aneta, *Polish American Story, czyli kto i dlaczego ogląda amerykańskie seriale w Polsce?*, [w:] *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, red. Mirosław FILICIAK, Barbara GIZA, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.
- JAŻWIŃSKI Aleksander, *O Leopoldzie Tyrmandzie, Cioci Imci i jazzie*, Muzeum Jazzu, [online] <http://www.muzeumjazzu.pl/o-leopoldzie-tyrmandzie-cioci-imci-i-jazzie-2>.
- JEFFERSON Tony, *Cultural Responses of the Teds: The Defence of Space and Status*, [w:] *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-war Britain*, eds. Stuart HALL, Tony JEFFERSON, Hutchinson, London 1976.
- JENKINS Henry, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata BERNATOWICZ, Mirosław FILICIAK, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, *Edukacja Medialna*.
- JESSWEIN Rafał, *Trzeci obieg. Trzecie pokolenie 1945-1985*, „Odra” 1985, nr 3.
- „Jesteście naszą wielką szansą”. *Młodzież na rozstajach komunizmu 1944-1989*, red. Paweł CERANKA, Sławomir STĘPIEŃ, IPN, Warszawa 2009.
- JOBKIEWICZ Tomasz, *Dziwny jest ten rock*, [w:] Leszek GNOIŃSKI, Jan SKARADZIŃSKI *Encyklopedia polskiego rocka*, In Rock, Poznań 2006.
- JUDT Tony, *Powojnie. Historia Europy od 1945*, tłum. R. Bartoń, Rebis, Poznań 2008.
- JUDT Tony, *Źle ma się kraj. Rozprawa o naszych współczesnych bolączkach*, tłum. P. Lipszyc, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011, *Mikrokosmos Makrokosmos*.
- KARPIŃSKI Krzysztof, *Był jazz. Krzyk jazz-bandu w międzywojennej Polsce*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2014.
- KATZ Elihu, LIEBES Tamar, *Mutual Aid in the Decoding of Dallas: Preliminary Notes from a Cross-Cultural Study*, [w:] *Television in Transition. Papers from the First International Television Studies Conference*, eds. Phillip DRUMMOND, Richard PATERSON, British Film Institute, London 1985.
- KATZENSTEIN Peter J., KEOHANE Robert O., *Anti-Americanism in World Politics*, Cornell University Press, Ithaca 2007, *Cornell Studies in Political Economy*.

- KELLETER Frank, *Schallmauern im Lichtspielhaus: Populärkultur, „Trans-National America” und The Jazz Singer*, [w:] *Film transnational und transkulturell. Europäische und amerikanische Perspektiven*, Hrsg. Ricarda STROBEL, Andreas JAHN-SUDMANN, Wilhelm FINK, Paderborn 2009.
- KELLETER Frank, *Transnationalism: The American Challenge*, „Review of International American Studies” 2007, vol. 2, no. 3.
- KERSTEN Krystyna, *Narodziny systemu władzy. Polska 1943-1948*. Kantor Wydawniczy SAWW, Poznań 1990.
- KIELAK-ADAMOWICZ Marzena, *Polski punk*, [w:] *Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wybrane zjawiska*, red. Jerzy WERTENSTEIN-ZULAWSKI, Mirosław PĘCZAK, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991.
- Kino gatunków. *Wczoraj i dziś*, red. Krzysztof LOSKA, Rabid, Kraków 1998.
- KISIELEWSKI Stefan, *Rzeczy najmniejsze*, oprac. ORZECZOWSKI Kazimierz, Michalineum, Warszawa-Kraków 1988.
- KLEIN Naomi, *No Logo*, Picador, New York 2000.
- KLESZCZYŃSKI Zdzisław, *Auto w filmie*, „Kino. Tygodnik Ilustrowany” 1930, nr 1.
- KLEYFF Tomasz, *Wstęp*, [w:] Dominika WĘCŁAWEK et al., *Antologia polskiego rapu*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014.
- KLUSKA Bartłomiej, *Polonia 1: z dziejów piractwa telewizyjnego w Polsce*, Intel iQ, 20 V 2015, [online] <http://iq.intel.pl/polonia-1-z-dziejow-piractwa-telewizyjnego-w-polsce>.
- KŁAK Jacek, *Upiory polskiej mody*, 31 X 2013, [online] <https://jacekklak.wordpress.com/2013/10/31/upiory-polskiej-mody>.
- KŁOSKOWSKA Antonina, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, PWN, Warszawa 1980.
- KOOIJMAN Jaap, *Fabricating the Absolute Fake. America in Contemporary Pop Culture*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2008.
- KOPER Sławomir, *Życie prywatne elit artystycznych Drugiej Rzeczypospolitej*, Bellona, Warszawa 2012.
- KOSIŃSKI Krzysztof, *Oficjalne i prywatne życie młodzieży w czasach PRL*, Rosner & Wspólnicy, Warszawa 2006.
- KOWALCZYK Marcin, *Bruce Lee na miarę naszych możliwości. Wschodnie sztuki walki w kulturze PRL-u. Rekonesans*, „Kultura Popularna” 2014, nr 2, [online] <http://dx.doi.org/10.5604/16448340.1132093>.
- KOWALEWSKI Włodzimierz, *Excentrycy*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2007.
- KRAJEWSKI Andrzej, *Krwawy Maciek z telewizji*, „Newsweek” 2011, 13 I, [online] <http://historia.newsweek.pl/krwawy-maciek-z-telewizji.70368.1.1.html>.
- KRASNODĘBSKI Zdzisław, *Modernizacja po polsku*, [w:] *Drogi do nowoczesności. Idea modernizacji w polskiej myśli politycznej*, red. Jacek KŁOCZKOWSKI, Michał SZUŁDRZYŃSKI, Ośrodek Myśli Politycznej-Wyższa Szkoła Europejska im. ks. J. Tischnera, Kraków 2006, *Polskie Tradycje Intelktualne*, 2.
- KRASUCKI Eryk, *Co towarzyszył Wiesławowi wiedział o bigbie?*, [w:] *Kultura popularna*

- w Polsce w latach 1944-1989. *Problemy i perspektywy badawcze*, red. Katarzyna STAŃCZAK-WIŚLICZ, Fundacja Akademii Humanistyczna-Institut Badan Literackich PAN, Warszawa 2012.
- KROES Rob, *American Empire and Cultural Imperialism: A View from the Receiving End*, „Diplomatic History” 1999, vol. 23, no. 3, [online] <http://dx.doi.org/10.1111/0145-2096.00177>.
- KROES Rob, *Empire and Cultural Imperialism: A View from the Receiving End*, „Diplomatic History” 1999, vol. 23, no. 3, s. 465, [online] <http://dx.doi.org/10.1111/0145-2096.00177>.
- KROES Rob, *If You've Seen One, You've Seen the Mall. Europeans and American Mass Culture*, University of Illinois Press, Urbana 1996.
- KUISEL Richard, *Seducing the French. The Dilemma of Americanization*, University of California Press, Berkeley 1993.
- KUKUŁOWICZ Tomasz, *Pętle, sample i podbicia: techniki kompozycji i struktura utworu hip-hopowego*, [w:] *Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. Miłosz MISZCZYŃKI, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014.
- KULA Marcin, *Nośniki pamięci historycznej*, DIG, Warszawa 2002.
- KURNICKI Karol, „Dziś w moim mieście”. *Spółeczna i polityczna przestrzeń codzienna w polskim hip-hopie*, [w:] *Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. Miłosz MISZCZYŃKI, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014.
- LATKOWSKI Sylwester, *Pamiętam jak...*, Słowo/Obraz Terytoria, Gdańsk 2001.
- LERSKI T.M., *Jazzowe retrolekcje 1: Początki jazzu*, Muzeum Jazzu, [online] <http://www.muzeumjazzu.pl/jazzowe-retrolekcje-poczatki-jazzu-w-polsce>.
- LERSKI Tomasz, *Jazzowe retrolekcje 2: Orkiestra z południa – The Crazy Kiddies Jazz*, Muzeum Jazzu, [online] <http://www.muzeumjazzu.pl/retrolekcje-orkestra-z-poludnia-the-crazy-kiddies-jazz>.
- LESZKOWICZ Tomasz, *Od rock and rolla nie było odwrotu*, wywiad z Dariuszem Michalskim, *Histmag*, 22 I 2015, [online] <http://histmag.org/Od-rock-and-rolla-nie-bylo-odwrotu-10569>.
- LINTON Ralph, *Dyfuzja*, [w:] *Świat człowieka – świat kultury. Antologia tekstów klasycznej antropologii*, wybór i red. Ewa NOWICKA, Małgorzata GŁOWACKA-GRAJPER, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ Małgorzata, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- LOOSELEY David, *Popular Music in Contemporary France. Authenticity, Politics, Debate*, Berg, Oxford–New York 2003, *Berg French Studies*.
- LUBELSKI Tadeusz, *Polska Szkoła Filmowa na tle rodzimego kina*, [w:] *Historia kina*, cz. 2: *Kino klasyczne*, red. Tadeusz LUBELSKI, Iwona SOWIŃSKA, Rafał SYSKA, Universitas, Kraków 2012.

- LYRA Franciszek, *Effects of Americanization on Literature*, [w:] *Is Poland Being Americanized? Proceedings from the Conference Organized by the American Studies Center of Warsaw University and the Polish-US Fulbright Commission*, Warsaw, June 13-14, 1997, ed. Cynthia DOMINIŁ, ASC WU, Warsaw 1998, *Rozprawy i Materiały Ośrodka Studiów Amerykańskich Uniwersytetu Warszawskiego*, 3.
- ŁODZIŃSKI Waldemar, *Studencki świat wideo*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1987, nr 3.
- MAASE Kaspar, „Americanization”, „Americanness” and „Americanisms”: *Time for a Change in Perspective?*, wystąpienie na konferencji „American Impact on Western Europe: Americanization and Westernization in Transatlantic Perspective”. Conference at the German Historical Institute, Washington, D.C., March 25-27, 1999, [online] [http://webdoc.sub.gwdg.de/ebook/p/2005/ghi\\_12/www.ghi-dc.org/conpotweb/westernpapers/maase.pdf](http://webdoc.sub.gwdg.de/ebook/p/2005/ghi_12/www.ghi-dc.org/conpotweb/westernpapers/maase.pdf).
- MAASE Kaspar, *BRAVO Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren*, Junius, Hamburg 1992, Schriftenreihe des Hamburger Instituts für Sozialforschung.
- MAASE Kaspar, *Roll over, Beethoven! The Americanization of West German Youth and the Emergence of a New Cultural Balance*, Hamburger Institut für Sozialforschung, Hamburg 1992, *Diskussionpapier*.
- MACIEJEWSKA Beata, *W powojennych ruinach*, *Ale Historia*, dodatek „Gazety Wyborczej” 2013, 20 XII, [online] [http://m.wyborcza.pl/wyborcza/1,132750,15173121,W\\_powojennych\\_ruinach.html](http://m.wyborcza.pl/wyborcza/1,132750,15173121,W_powojennych_ruinach.html).
- MAFFESOLI Michel, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach nowocześniejszych*, tłum. M. Bucholc, red. nauk. Barbara FATYGA, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- MALCHOW Howard L., *Special Relations. The Americanization of Britain?*, Stanford University Press, Stanford 2011.
- Mały Rocznik Statystyczny 1939, Główny Urząd Statystyczny RP, Warszawa 1929, s. 200, Repozytorium Cyfrowe Instytutów Naukowych, [online] <http://rcin.org.pl/dlibra/doccontent?id=17198&from=FBC>.
- MANIA Andrzej, *Bridge building. Polityka USA wobec Europy Wschodniej w latach 1961-1968*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1996, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 1180. *Prace z Nauk Politycznych*, 54.
- MANIA Andrzej, *The National Security Council i amerykańska polityka wobec Europy wschodniej w latach 1945-1960*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1994, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 1133. *Prace z Nauk Politycznych*, 52.
- MANOVICH Lev, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypriański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, *Cyberkultura, Internet, Społeczeństwo*.
- MCLUHAN Marshall, *Wybór tekstów*, red. Eric MCLUHAN, Frank ZINGRINE, tłum. E. Różalska, J. M. Stokłosa, Zysk i S-ka, Poznań 2001.

- McLUHAN Marshall, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- MESZYŃSKI Czarek, *Siermieżne lata 60.*, *Latte24*, 8 XII 2012, [online] <http://czarek.latte24.pl/10984,siermiezne-lata-60>.
- MICHALSKI, Dariusz, *To była bardzo dobra telewizja*, cz. I: *Misja emisji*, Wydawnictwo MG, Warszawa 2012.
- MICHAŁEK Krzysztof, *Mocarstwo. Historia Stanów Zjednoczonych Ameryki, 1945-1992*, Książka i Wiedza, Warszawa 1995.
- MIELCZAREK Tomasz, *Kultura i polityka: kultura, życie umysłowe, media 1944-1989*, [w:] *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCEWICZ, Muzeum Historii Polski–Bellona, Warszawa 2011, *Polski Wiek XX*, 4.
- MILLER Cynthia J., Van RIPER A. BOWDOIN, *Introduction*, [w:] *International West-erns. Re-Locating the Frontier*, eds. IIDEM, Scarecrow Press, Lanham 2014.
- Mitteilung über die Dreimächtekonferenz von Berlin*, DocumentArchiv, [online] <http://www.documentarchiv.de/in/1945/potsdamer-abkommen.html>.
- MORLEY David, ROBINS Kevin, *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, Routledge, New York, 2002, International Library of Sociology.
- NACHER Anna, *Serial 2.0 – model do składania*, [w:] *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widowia*, red. Mirosław FILICIAK, Barbara GIZA, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.
- New Grove Dictionary of Jazz*, ed. Barry KERNFELD, Macmillan, London–New York 1988.
- NEWCOMB Horace, *TV. The Most Popular Art.*, Anchor Press, Garden City 1974.
- NOBIS Adam, *Czy globalizacja istnieje?*, „Kultura – Historia – Globalizacja” 2014, nr 15, s. 179.
- OPRYSZEK Szymon, „Jak Buffalo Bill na Błoniach grania w piłkę uczył”, „Gazeta Wyborcza. Kraków” 2013, 15 VI, [online] [http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,14101534,Jak\\_Buffalo\\_Bill\\_na\\_Bloniach\\_grania\\_w\\_pilke\\_uczyl.html](http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,14101534,Jak_Buffalo_Bill_na_Bloniach_grania_w_pilke_uczyl.html).
- ORWELL George, *The Decline of the English Murder, and Other Essays*, Penguin Books, Harmondsworth 1965.
- OSĘKA Piotr, *Marzec '68*, Znak–ISP PAN, Kraków 2008.
- PACZKOWSKI Andrzej, *Stan wojenny i „powojenny”*, [w:] *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCEWICZ, Muzeum Historii Polski–Bellona, Warszawa 2011, *Polski Wiek XX*, 4.
- PANOFKY Edwin, *Style and Medium in the Motion Pictures*, [w:] *Film Theory and Criticism*, eds. Gerald MAST, Marshall COHEN, Leo BRAUDY, Oxford University Press, New York 1992.
- PARFIAŃOWICZ-VERTUN Weronika, *Mirosław Filiciak (rozmowa): kulturowa rehabilitacja kasety video*, „Mała Kultura Współczesna” 2013, 21 X, [online] <http://malakulturawspolczesna.org/2013/10/21/miroslaw-filiciak-rozmowa-kulturowa-rehabilitacja-kasety-video>.

- PEŁKA Anna, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2007, *W Krainie PRL*.
- PEŁKA Anna, *Z (politycznym) fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i w NRD, Słowo/Obraz Terytoria*, Gdańsk 2013.
- PELLS Richard, *Not Like Us. How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II*, Basic Books, New York 1997.
- PĘCZAK Mirosław, *Subkultura w PRL. Opór, kreacja, imitacja*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014.
- PĘCZAK Mirosław, *Trzeci obieg kultury. Wybuchowy wentyl bezpieczeństwa*, „Polityka” 2011, 17 VI, [online] <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1515442,1,trzeci-obieg-kultury.read>.
- PIĄTKOWSKI Krzysztof, *Mit – historia – pamięć. Kulturowe konteksty antropologii – etnologii*, Księży Młyn Dom Wydawniczy, Łódź 2011, *Zeszyty Naukowe Domu Wydawniczego Księży Młyn. Humanistyka*.
- PIEKARSKA Magda, *Gutek w Wrocławiu. Multipleks w arthouse zamienię*, „Gazeta Wyborcza” 2012, 3 VI, [online] [http://wyborcza.pl/1,75475,11847716,Gutek\\_we\\_Wroclawiu\\_\\_Multipleks\\_w\\_arthouse\\_zamienie.html](http://wyborcza.pl/1,75475,11847716,Gutek_we_Wroclawiu__Multipleks_w_arthouse_zamienie.html).
- PIEKARSKA Małgorzata Karolina, *Mój mały PRL*, W świecie absurdów, 19 XI 2012, [online] <http://piekarska.blog.pl/?p=2687>.
- PIETRASZEWSKI Igor, *Jazz w Polsce. Wolność improwizowana*, Nomos, Kraków 2012.
- PILKINGTON Hilary, *Russia's Youth and its Culture. A Nation's Constructors and Constructed*, Routledge, London–New York 1994.
- POIGER Uta G., *Jazz, Rock, and Rebels. Cold War Politics and American Culture in a Divided Germany*, University of California Press, Berkeley 2000, *Studies on the History of Society and Culture*, 35.
- Popularna encyklopedia mass mediów*, red. Józef SKRZYPCZAK, Kurpisz, Poznań 1999.
- POLLACK Martin, *Cesarz Ameryki. Wielka ucieczka z Galicji*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011.
- PRASEK Cezary, *Złota młodzież PRL i jej obraz w literaturze i filmie*, Bellona, Warszawa 2010.
- PRICE E.G., *Hip Hop Culture*, ABC-CLIO, Santa Barbara, Denver, Oxford, 2006.
- PRZYBYSZEWSKA Katarzyna, *Krakowska nostalgia*, wywiad z Ryszardem Horowitzem, „Viva” 2015, 13 VIII, s. 52.
- PRZYLIPIAK Mirosław, *Kino stylu zerowego. Z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1994.
- Re-framing the Transnational Turn in American Studies*, eds. Winfried FLUCK, Donald E. PEASE, John Carlos ROWE, Dartmouth College Press, Hanover 2011, *Re-Mapping the Transnational: A Dartmouth Series in American Studies*.
- Remote Control. Television, Audiences, and Cultural Power*, eds. Ellen SEITER et al., Routledge, London 1989.

- RENTSCHLER Eric, *Homegrown Hollywood: „Glückskinder”* (Paul Martin, 1936), „German Politics & Society” 1992, No. 27: *Getting over the Wall: Recent Reflections on German Art and Politics since the Third Reich*.
- RENTSCHLER Eric, *The Ministry of Illusion. Nazi Cinema and Its Afterlife*, Harvard University Press, Cambridge 1996.
- RICHARDSON Elaine, *Hiphop Literacies*, Routledge, London–New York 2006, *Literacies*.
- RITZER George, *The Globalization of Nothing*, Pine Forge Press, Thousand Oaks 2004.
- RITZER George, *McDonaldyzacja społeczeństwa*, tłum. S. Magala, Muza, Warszawa 1997, *Spectrum*.
- RITZER George, Stillman Todd, *Assessing McDonaldization, Americanization and Globalization*, [w:] *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*, eds. Ulrich BECK, Nathan SZNAIDER, Rainer WINTER, Liverpool University Press, Liverpool 2003, *Studies in Social and Political Thought*.
- ROBINSON Bradford J., *Jazz Reception in Weimar Germany: In Search of a Shimmy Figure*, [w:] *Music and Performance during the Weimar Republic*, ed. B. GILLIAM, Cambridge University Press, Cambridge 1994, s. 113.
- ROGERS Mary F., *Barbie jako ikona kultury*, tłum. E. Klekot, Muza, Warszawa 2003, *Spectrum*.
- ROŚŁOŃSKI Igor, *Kryzys nowej umowy społecznej. Polityczno-kulturowe uwarunkowania narodzin polskiego ruchu punk*, „e-Politikon. Kwartalnik Naukowy OAP UW” 2013, nr 5.
- ROSZKOWSKI Wojciech, *Historia Polski 1914–2004*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Rozpusta w Hollywood. Sodoma i gomora XX wieku*, „Do Kina. Ilustrowany Tygodnik Filmowy” 1932, nr 3, [online] <https://www.facebook.com/KurierStarzawy/photos/a.376028959098695.93658.371230212911903/378549605513297/?type=1&theater>.
- RYDELL Robert W., KROES Rob, *Buffalo Bill in Bologna. The Americanization of the World, 1869–1922*, University of Chicago Press, Chicago 2005.
- SASANKA Paweł, *Polska Gierka – dekada przerwana czy zmarnowana?*, [w:] *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCEWICZ, Muzeum Historii Polski–Bellona, Warszawa 2011, *Polski Wiek XX*, 4.
- SAUNDERS Thomas J., *How American Was It? Popular Culture from Weimar to Hitler*, [w:] *German Pop Culture. How „American” Is It?*, ed. Agnes C. MUELLER, University of Michigan Press, Ann Arbor 2004, *Social History, Popular Culture, and Politics in Germany*.
- SCHRODER Kim Ch., *The Pleasure of Dynasty: The Weekly Reconstruction of Self-Confidence*, referat przedstawiony na konferencji „International Television Studies Conference” (London, England, July 10–12, 1986).



- SCHULTE-SASSE Linda, *Entertaining the Third Reich. Illusions of Wholeness in Nazi Cinema*, Duke University Press, Durham 1996, Post-Contemporary Interventions.
- SILVERSTONE Roger, *The Message of Television. Myth and Narrative in Contemporary Culture*, Heinemann Educational, London 1981.
- SIPOWICZ Kamil, *Hipisi w PRL-u*, Wydawnictwo Baobab, Warszawa 2008.
- SIUDA Piotr, *Cierpliwość fana fantastyki: o tym, czy fan to marionetka czy partyzant*, „Kultura i Społeczeństwo” 2010, t. 54, nr 2.
- SIUDA Piotr, *Fanfiction – zjawisko z kręgu medialnych fandomów*, [w:] (Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje, t. 1, red. Marek Sokołowski, Algraf, Olsztyn 2007.
- SIUDA Piotr, *Fani jako specyficzna subkultura konsumpcji. Pomiędzy fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi*, [w:] „Czas ukoj nas?”. Jakość życia i z as wolny we współczesnym społeczeństwie, red. Wojciech Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.
- SIUDA Piotr, *In Pursuit of Pop Culture: Reception of Pop Culture in the People's Republic of Poland as Opposition to the Political System – Example of the Science Fiction Fandom*, „European Journal of Cultural Studies” 2014, vol. 17, no. 2, [online] <http://dx.doi.org/10.1177/1367549413508100>.
- SIUDA Piotr, *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Instytut Dziennikarstwa UW–Aspra-JR, Warszawa 2012, *Media Początku XXI W.*, 16.
- SKRZYPIEC Józef, *Polityka kulturalna Polski Ludowej. Osiągnięcia, słabości, problemy*, Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, Warszawa 1985, *Historia, Współczesność, Ludzie*.
- SMITH „Razor” Noel, *Warrior Kings. The South London Gang Wars 1976-1982*, Apex, Clacton on Sea 2008.
- STACHÓWNA Grażyna, *Henryk Kluba – Mistrz filmowej ballady*, w: *Autorzy kina polskiego*, tom 2, red. Grażyna STACHÓWNA, Bogusław ZMUDZIŃSKI, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- STACHÓWNA Grażyna, *Seriale – opowieści telewizyjne*, [w:] *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, red. Dariusz CZAJA, Universitas, Kraków 1994.
- STAŃCZAK-WIŚLICZ Katarzyna, *Od Trędowatej do Niewolnicy Isaury – niechciana kultura popularna w powojennej Polsce*, [w:] *Kultura popularna w Polsce w latach 1944-1989. Problemy i perspektywy badawcze*, red. EADEM, Fundacja Akademia Humanistyczna–Instytut Badan Literackich PAN, Warszawa 2012.
- STASIUK Andrzej, *Jak zostałem pisarzem (próba autobiografii intelektualnej)*, Wydawnictwo Czarne, Czarne 1998.
- STEAD William T., *The Americanization of the World, or, the Trend of the Twentieth Century*, H. Markley, New York 1902, Library of American Civilization, LAC 12918.

- STOREY John, *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*, Routledge, London 2013.
- STRINATI Dominic, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, tłum. W.J. Burszta, Zysk i S-ka, Poznań 1995.
- STRUZIK Justyna, *Seks i kapitalizm. Polski przypadek kultury hip-hopowej*, [w:] *Hip-hop w Polsce. Od blokowisk do kultury popularnej*, red. Miłosz MISZCZYŃKI, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014.
- SWIDLER Ann, *Culture in Action: Symbols and Strategies*, „American Sociological Review” 1986, vol. 51, no. 2, s. 273-286.
- SZCZERBA Jacek, *50 lat Dyskusyjnego Klubu Filmowego „po prostu”*, *Gazeta.pl*, 4 XI 2005, [online] <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,3001344.html>.
- SZCZERBA Jacek, *Redaktor Maj, czyli Bond PRL-u*, *Ale Historia*, dodatek „Gazety Wyborczej” 2015, 4 IV, [online] [http://wyborcza.pl/alehistoria/1,144528,17701170,Redaktor\\_Maj\\_czyli\\_Bond\\_PRL\\_u.html](http://wyborcza.pl/alehistoria/1,144528,17701170,Redaktor_Maj_czyli_Bond_PRL_u.html).
- SZŁĄZAK Stanisław, *Muzo polska, oblecż należne Ci szaty*, „Nuta Polska” 1925, nr 1.
- SZTOMPKA Piotr, *Socjologia zmian społecznych*, tłum. J. Konieczny, Znak, Kraków 2005.
- SZTOMPKA Piotr, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków 2005.
- SZWIEC Wojciech, *Filmowe południe. Kino amatorskie na Górnym Śląsku*, Wydawnictwo Miejskiej Biblioteki Publicznej, Mikołów 2012.
- SZYMKOWSKA-BARTYZEL Jolanta, *Między Śląskiem a Teksasem – śląskie westerny Józefa Kłyka jako przykład pamięci protetycznej*, „Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny” 2015, z. 1.
- SZYMKOWSKA-BARTYZEL Jolanta, *The Polish Face of Anti-Americanism*, [w:] *Quo Vadis America? Conceptualizing Change in American Democracy*, ed. Bohdan SZKLARSKI, Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main 2011, New Americanists in Poland, 2.
- Świat człowieka – świat kultury. *Antologia tekstów klasycznej antropologii*, wybór i red. Ewa NOWICKA, Małgorzata GŁOWACKA-GRAJPER, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- ŚWIDA-ZIEMBA Hanna, *Młodzież PRL. Portrety pokoleń w kontekście historii*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2010.
- TABAKO Tomasz, *The Presence of Myth. A Conversation with Leszek Kołakowski*, „2B” 1995, nr 7-8.
- TAZBIR Janusz, *Rzeczpospolita szlachecka wobec wielkich odkryć*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1973, s. 99, *Omega*, 249.
- The Anthology of Rap*, eds. Adam BRADLEY, Andrew DuBois, Yale University Press, New Haven 2010.
- PAWLAK Renata, *Polska kultura hip-hopowa*, Kagra, Poznań 2004.
- The Marshall Plan Speech*, The George C. Marshall Foundation, [online] <http://marshallfoundation.org/marshall/the-marshall-plan/marshall-plan-speech/>.

- TOMLINSON John, *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*, Johns Hopkins University Press, Baltimore 1991, *Parallax*.
- TOOP David, *The Rap Attack 3: African Rap to Global Hip Hop*, Serpent's Tail, London 1999.
- TUŁOZIECKI Maciej, *Polskie magnetofony kasetowe – część 1 – magnetofony stacjonarne*, Technique, [online] [http://www.technique.pl/mediawiki/index.php/Polskie\\_magnetofony\\_kasetowe\\_-\\_cz%C4%99%C5%9B%C4%87\\_I\\_-\\_magnetofony\\_stacjonarne](http://www.technique.pl/mediawiki/index.php/Polskie_magnetofony_kasetowe_-_cz%C4%99%C5%9B%C4%87_I_-_magnetofony_stacjonarne).
- TUWIM Julian, *Bal w operze*, [online] <http://literat.ug.edu.pl/balwop/poemat.htm>.
- TYRMAND Leopold, *Dziennik 1954*, Wydawnictwo MG, Warszawa 2009, *Biblioteka Wykształciucha*.
- URZYKOWSKI Tomasz, *Ten plakat nikomu się nie podobał*, wywiad z Tomaszem Sarneckim, „Gazeta Wyborcza. Gazeta Stołeczna” 2009, 5 VI, [online] [http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34880,6689804,Ten\\_plakat\\_nikomu\\_sie\\_nie\\_podoba.html](http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34880,6689804,Ten_plakat_nikomu_sie_nie_podoba.html).
- WAGNLEITER Reinhold, *Jazz – the Classical Music of Globalization*, [w:] *Ambivalent Americanizations. Popular and Consumer Culture in Central and Eastern Europe*, eds. Sebastian M. HERRMANN et al., Universitätsverlag Winter Heidelberg, Heidelberg 2008, *American Studies*.
- WAGNLEITNER Reinhold, *Coca-Colonization and the Cold War. The Cultural Mission of the United States in Austria after the Second World War*, University of North Carolina Press, Chapel Hill 1994.
- WASCHKO Roman, *Polish Discos Report Finds clubs Ailing*, „Billboard” 1981, 17 X, [online] <https://books.google.pl/books?id=GyQEAAAAMBAJ&pg=PT102&lpg=PT102&dq=Waschko+Roman,+Polish+discos+Report+Finds+clubs+Ailing&source=bl&ots=KATz6xsAEP&sig=NQdoQkkDRcUGkoolKtVv42Xig9w&hl=pl&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMIserl4GNyAIVCVgsCho2FAh4#v=onepage&q=Waschko%20Roman%2C%20Polish%20discos%20Report%20Finds%20clubs%20Ailing&f=false>.
- WASIAK Patryk, *VCRs, Modernity and Consumer Culture in Poland before and during the System Transition (unedited version)*, referat wygłoszony na konferencji „The Pleasures of Backwardness: Consumer Desire and Modernity in Eastern Europe”, University of California, Berkeley, April 25, 2015, [online] [https://www.academia.edu/12168678/VCRs\\_modernity\\_and\\_consumer\\_culture\\_in\\_Poland\\_before\\_and\\_during\\_the\\_system\\_transition\\_conference\\_paper\\_The\\_Pleasures\\_of\\_Backwardness\\_Consumer\\_Desire\\_and\\_Modernity\\_in\\_Eastern\\_Europe\\_University\\_of\\_California\\_Berkeley\\_April\\_25\\_2015](https://www.academia.edu/12168678/VCRs_modernity_and_consumer_culture_in_Poland_before_and_during_the_system_transition_conference_paper_The_Pleasures_of_Backwardness_Consumer_Desire_and_Modernity_in_Eastern_Europe_University_of_California_Berkeley_April_25_2015).
- WEBER Max, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, tłum. Dorota Lachowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, *Biblioteka Socjologiczna*.

- WELSCH Wolfgang, *Transculturality – the Puzzling Form of Cultures Today*, [w:] *Spaces of Culture: City, Nation, World*, eds. Mike FEATHERSTONE, Scott LASH, Sage, London 1999, Theory, Culture & Society.
- WERT Pola, *Program telewizyjny. Jego funkcje i formy*, [w:] *Kino i telewizja*, red. Boleśław LEWICKI, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1984.
- WERTENSTEIN-ŻUŁAWSKI Jerzy, *Między nadzieją a rozpaczą. Rock, młodzież, społeczeństwo*, Instytut Kultury, Warszawa 1993.
- WERTESTEIN-ŻUŁAWSKI Jerzy, *To tylko rock'n roll!*, ZAKR, Warszawa 1990.
- WHITE Jerry, *The Worst Street in North London Campbell Bunk, Islington, between the Wars*, Routledge–Kegan Paul, London 1986, History Workshop Series.
- WIERZCHOWSKA Justyna, *Wątki psychoanalityczne w serialu Rodzina Soprano*, [w:] *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, red. Mirosław FILICIAK, Barbara GIZA, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.
- WILE Rob, *The True Story of How McDonald's Conquered France*, „Business Insider” 2014, 22 VIII, [online] <http://www.businessinsider.com/how-mcdonalds-conquered-france-2014-8#ixzz3k8pEc3g9>.
- WILFORD Hugh, *Britain: In Between*, [w:] *The Americanization of Europe. Culture, Diplomacy, and Anti-Americanism after 1945*, ed. Alexander STEPHAN, Berghahn Books, New York 2006.
- WILLETT Ralph, *The Americanization of Germany, 1945-1949*, Routledge, New York 1989, Studies in Film, Television, and the Media.
- WNUK-LIPIŃSKI Edmund, *Świat międzyepoki. Globalizacja, demokracja, państwo narodowe*, Znak–ISP PAN, Kraków 2004.
- WOJCIECHOWICZ Maria, *Między „Odeonem” a „Polskimi Nagraniami”. Organizacja państwowego przemysłu w Polsce po II wojnie światowej (1945-1955)*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2013, nr 1.
- WOJCIECHOWSKI Konrad, MAKOWSKI Mirosław R., WITKOWSKI Grzegorz K., *Pokolenie J8. Jarocin '80-'89*, In Rock, Poznań 2011.
- WOLANOWSKI Lucjan, *Bohaterowie złoczonego wieku*, „Przekrój” 1950, 1 X.
- WRONA Janusz, *Ustanowienie systemu komunistycznego w Polsce*, [w:] *PRL od lipca 44 do grudnia 70*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCEWICZ, Bellona, Warszawa 2010, *Polski Wiek XX*, 3.
- Wywiad z dyr. Czabanem, „Kino dla Wszystkich” 1934, nr 23-24.
- ZAJIČEK Edward, *Poza ekranem. Kinematografia polska 1918-1991*, Filmoteka Narodowa–Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1992.
- ZAJIČEK Edward, *Zarys historii gospodarczej kinematografii polskiej, t. 1: Kinematografia wolnorynkowa w latach 1896-1939*, PWSFTviT, Łódź 2008.
- ZAREMBA Marcin, *Spółeczeństwo polskie lat sześćdziesiątych – między „małą stabilizacją” a „małą destabilizacją”*, [w:] *Oblicza marca 1968*, red. Konrad ROKICKI, Sławomir STĘPIEŃ, IPN, Warszawa 2004, *Konferencje IPN*, 15.
- ZENDEROWSKI Radosław, CEBUL Krzysztof, KRYCKI Mateusz, *Międzynarodowe stosunki kulturalne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

- ZIELIŃSKI Henryk, *Historia Polski 1914-1939*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1983.
- ŻAGLEWSKI Tomasz, *Kultura postkinowa, czyli widz w dobie multipleksów*, „Panoptikum” 2012, nr II.
- ŻARYN Jan, *Państwo-Kościół katolicki w Polsce 1956-1989*, [w:]: *PRL od grudnia 70 do czerwca 89*, red. Krzysztof PERSAK, Paweł MACHCEWICZ, Muzeum Historii Polski–Bellona, Warszawa 2011, *Polski Wiek XX*, 4.
- ŻYRO Tomasz, *Boża plantacja. Historia utopii amerykańskiej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, Logos.



## FILMY I SERIALE TELEWIZYJNE WYMIENIONE W KSIĄŻCE

o7 zgłoś się, serial TV, 1976-1987.

8 Mila (8 Mile), reż. C. Hanson, 2002.

Akademia Policyjna (Police Academy), reż. H. Wilson, 1984.

Akt oskarżenia (The Paradine Case), reż. A. Hitchcock, 1947.

Alfred Hitchcock Przedstawia (Alfred Hitchcock Presents), serial TV, 1955-1962.

Aniołki Charliego (Charlie's Angels), serial TV, 1976-1981.

Arsène Lupin, serial TV, 1971-1974.

Autostopowicz (The Hitcher), reż. R. Harmon, 1986.

Beverly Hills 90210, serial TV, 1990-2000.

Bierz forszę i w nogi (Take the Money and Run), reż. W. Allen, 1969.

Bliskie spotkania trzeciego stopnia (Close Encounters of the Third Kind), reż. S. Spielberg, 1977.

Bonanza, serial TV, 1959-1973.

Bosonoga Contessa (The Barefoot Contessa), reż. J. Mankiewicz, 1954.

Buntownik bez powodu (Rebel Without a Cause), reż. N. Ray, 1955.

Był jazz, reż. F. Falk, 1981.

Był tu Salvaje (The Stalking Moon), reż. R. Mulligan, 1968.

Californication, serial TV, 2007-2014.

Chłopiec z krainy Bayou (The Boy from Dead Man's Bayou), reż. G. Nelson, 1971.

Ci, których spisano na straty (They Were Expendable), reż. J. Ford, 1945.

Cień wątpliwości (Shadow of a Doubt), A. Hitchcock, 1943.

Cobra, reż. G.P. Cosmatos, 1986.

Columbo, serial TV, 1968-2003.

Cud nad Wisłą, reż. R. Bolesławski, 1921.

Człowiek w żelaznej masce (The Man in the Iron Mask), reż. J. Whale, 1938.

Człowiek z blizną (The Scareface), reż. H. Hawks, 1932.

Czterej pancerni i pies, serial TV, 1966.

Detektyw Remington Steele (Remington Steele), serial TV, 1982.

- Dexter*, serial TV, 2006-2013.
- Doktor Kildare (Dr. Kildare)*, serial TV, 1961-1966.
- Doktor Quinn (Dr. Quinn, Medicine Woman)*, serial TV, 1993-1998.
- Dom lalki (A Doll's House)*, reż. J. Losey, 1973.
- Domek na prerii (Little House on the Prairie)*, serial TV, 1974-1983.
- Dotyk anioła (Touched by an Angel)*, serial TV, 1994-2003.
- Downton Abbey*, serial TV, od 2010.
- Dr House (House M.D.)*, serial TV, 2004-2012.
- Drużyna A (The A-Team)*, serial TV, 1983-1987.
- Dyktator (The Great Dictator)*, reż. Ch. Chaplin, 1940.
- Dynastia (Dynasty)*, serial TV, 1981-1989.
- Dynastia Tudorów (The Tudors)*, serial TV, 2007-2010.
- Dzieci szczęścia (Glückskinder)*, reż. P. Martin, 1936.
- Dziewięć i pół tygodnia (Nine ½ Weeks)*, reż. A. Lyne, 1986.
- Dziki (The Wild One)*, reż. L. Benedek, 1953.
- Dzisiejsze czasy (Modern Times)*, reż. Ch. Chaplin, 1936.
- Fatalne zauroczenie (Fatal Attraction)*, reż. A. Lyne, 1987.
- Gliniarz z Beverly Hills (Beverly Hills Cop)*, reż. M. Brest, 1984.
- Głos serca*, reż. R. Ordyński, 1931.
- Gorączka sobotniej nocy (Saturday Night Fever)*, reż. J. Badham, 1977.
- Gotowe na wszystko (Desperate Housewives)*, serial TV, 2004-2012.
- Gra o tron (Game of Thrones)*, serial TV, od 2011.
- Grona gniewu (The Grapes of Wrath)*, reż. J. Ford, 1940.
- Gwiezdne wojny. Część IV – Nowa nadzieja (Star Wars)*, reż. G. Lucas, 1977.
- Gwiezdne wojny. Część V – Imperium kontratakuje (Star Wars. Episode V – The Empire Strikes Back)*, reż. I. Kershner, 1980.
- Gwiezdne wojny. Część VI – Powrót Jedi (Star Wars. Episode VI – Return of the Jedi)*, reż. R. Marquand, 1983.
- Hollywood Hotel*, reż. B. Berleley, 1937.
- Homeland*, serial TV, od 2011.
- House of Cards*, serial TV, od 2013.
- Ich noc (It Happened One Night)*, reż. F. Capra, 1934.
- Indiański wojownik (The Indian Fighter)*, reż. A. De Toth, 1955.
- Intruz (The Stranger)*, reż. O. Welles, 1946.
- Ja, Klaudiusz (I, Claudius)*, serial TV, 1976.
- Jesteś Bogiem*, reż. L. Dawid, 2012.
- Joe Kidd*, reż. J. Sturges, 1972.
- Klute*, reż. A.J. Pakula, 1971.
- Kobieta w oknie (The Woman in the Window)*, reż. F. Lang, 1944.
- Kojak*, serial TV, 1973-1978.
- Komando (Commando)*, reż. M.L. Lester, 1985.
- Korzenie (Roots)*, serial TV, 1977.



- Kosmos 1999 (*Space: 1999*), serial TV, 1975-1977.  
Kroll, reż. W. Pasikowski, 1991.  
Król jazzu (*The King of Jazz*), reż. J. Murray Anderson, P. Fejös, 1930.  
Król w Nowym Jorku (*A King in New York*), reż. Ch. Chaplin, 1957.  
Lot nad kukuczym gniazdem (*One Flew Over the Cuckoo's Nest*), reż. M. Forman, 1975.  
Love Story, 1971, reż. A. Hiller.  
MacGyver, serial TV, 1985-1992.  
Mad Men, serial TV, 2007-2015.  
Magnum, serial TV, 1980-1988.  
Mały Cezar (*Little Caesar*), reż. M. LeRoy, 1931.  
Mały uciekinier (*Little Fugitive*), reż. R. Ashley, M. Engel, 1953.  
Marty, reż. D. Mann, 1955.  
Matt i Jenny na dzikim szlaku (*Matt and Jenny*), serial TV, 1979.  
Miasta bezprawia (*My Darling Clementine*), reż. J. Ford, 1946.  
Miasteczko Twin Peaks (*Twin Peaks*), serial TV, 1990-1991.  
Między nami jaskiniowcami (*The Flintstones*), serial TV, 1960-1966.  
Miś, reż. S. Bareja, 1980.  
Mogła nieznanego żołnierza, reż. R. Ordyński, 1927.  
Moja siostra Eileen (*My Sister Eileen*), reż. A. Hall, 1942.  
Mściciel (*High Plains Drifter*), reż. C. Eastwood, 1973.  
Mściciel z Laramie (*The Man from Laramie*), reż. A. Mann, 1955.  
Mściwy jastrząb (*Air Force*), reż. H. Hawks, 1943.  
Murder at the Vanities, reż. M. Leisen, 1934.  
Myszy i ludzie (*Of Mice and Men*), reż. Lewisa Milestone, 1939.  
Na nabrzeżach (*On the Waterfront*), reż. E. Kazan, 1954.  
Na wschód od Edenu (*East of Eden*), reż. E. Kazana, 1955.  
Narodziny gwiazdy (*A Star is Born*), reż. F. Pierson, 1976.  
Nie jedzcie stokrotek (*Please Don't Eat the Daisies*), reż. Ch. Walters, 1960.  
Niebezpieczne związki (*Dangerous Liaisons*), reż. S. Frears, 1988.  
Niebezpieczny raj, reż. R. Ordyński, 1931.  
Nocne motyle (*Footlight Parade*), reż. L. Bacon, 1933.  
Nowy Jork, czwarta rano, reż. K. Krauze, 1987.  
Obywatel Kane (*Citizen Kane*), reż. O. Welles, 1941.  
Ojciec Chrzestny (*The Godfather*), reż. F.F. Coppola, 1972.  
Ostatni seans filmowy (*The Last Picture Show*), reż. P. Bogdanovich, 1971.  
Ostatnia walka Apacza (*Apache*), reż. R. Aldrich, 1954.  
Oszukany (*The Beguiled*), reż. D. Siegela, 1971.  
Otello (*The Tragedy of Othello. The Moor of Venice*), reż. O. Welles, 1952.  
Pan z milionami (*Mr. Deeds Goes to Town*), reż. F. Capra, 1936.  
Park Jurajski (*Jurassic Park*), 1993, reż. S. Spielberg.  
Pięć i pół bladego Józka, reż. H. Kluba, 1970.

- Pięć łatwych utworów (Five Easy Pieces)*, reż. B. Rafelson, 1970.  
*Pluton (Platoon)*, reż. O. Stone, 1986.  
*Pociąg do Hollywood*, reż. R. Piwowarski, 1987.  
*Poganin (Pagen)*, reż. W.S. Van Dyke, 1929.  
*Pogoda dla bogaczy (Rich Man, Poor Man)*, serial TV, 1976.  
*Pojedynek na szosie (Duel)*, reż. S. Spielberg, 1971.  
*Pół żartem, pół serio (Some Like It Hot)*, reż. B. Wilder, 1959.  
*Prawo i piśść*, reż. E. Skórzewski, J. Hoffman, 1964.  
*Prywatne życie Henryka VIII (The Private Life of Henry VIII)*, reż. A. Korda, 1933.  
*Przeminęło z wiatrem (Gone with the Wind)*, reż. V. Fleming, 1939.  
*Przystanek Alaska (Northern Exposure)*, serial TV, 1990-1995.  
*Psy*, reż. W. Pasikowski, 1992.  
*Rambo. Pierwsza krew (First Blood)*, reż. T. Kotcheff, 1982.  
*Rancho-Texas*, reż. W. Berstowski, 1958.  
*Rebeka (Rebecca)*, reż. A. Hitchcock, 1940.  
*Rejs*, reż. M. Piwowski, 1970.  
*Rewolwer i melonik (The Avengers)*, serial TV, 1961-1969.  
*RoboCop*, reż. P. Verhoeven, 1987.  
*Rock Around the Clock*, reż. F. Sears, 1956.  
*Rodeo (J.W. Coop)*, reż. C. Robertson, 1972.  
*Rodzina Soprano (The Sopranos)*, serial TV, 1999-2007.  
*Rozmowa (The Conversation)*, reż. F.F. Coppola, 1974.  
*Rytm ulicy (Beat Street)*, reż. S. Lathan, 1984.  
*Rzymskie wakacje (Roman Holiday)*, reż. W. Wyler, 1953.  
*Saga rodu Forsyte'ów (The Forsyte Saga)*, serial TV, 1967.  
*Saga rodu Palliserów (The Pallisers)*, serial TV, 1974.  
*Sara*, reż. M. Ślesicki, 1996.  
*Seksmisja*, reż. J. Machulski, 1983.  
*Sędzia z Teksasu (The Life and Times of Judge Roy Bean)*, reż. J. Hutson, 1972.  
*Sherlock*, serial TV, od 2010.  
*Siedmiu wspaniałych (The Magnificent Seven)*, reż. J. Sturges, 1960.  
*Sierżant Anderson (Police Woman)*, serial TV, 1974-1978.  
*Siostra Jackie (Nurse Jackie)*, serial TV, 2009-2015.  
*Siódme niebo (7th Heaven)*, serial TV, 1996-2000.  
*Skazany na śmierć (Prison Break)*, serial TV, 2005-2009.  
*Sól ziemi (Salt of the Earth)*, reż. H.J. Biberman, 1953.  
*Sprawa do załatwienia*, reż. J. Rybkowski, J. Fethke, 1953.  
*Starsky i Hutch (Starsky and Hutch)*, serial TV, 1975-1979.  
*Struś Pędziwiatr (The Road Runner Show)*, serial TV, 1966-1973.  
*Swobodny jeździec (Easy Rider)*, reż. D. Hopper, 1969.  
*Syndykat zbrodni (Parallax View)*, reż. A.J. Pakula, 1974.  
*Szalony chłopiec (Alexander's Ragtime Band)*, reż. H. King, 1938.

- Szał (*Frenzy*), reż. A. Hitchcock, 1972.  
Szczęki (*Jaws*), reż. S. Spielberg, 1975.  
Sześć stóp pod ziemią (*Six Feet Under*), serial TV, 2001-2005.  
Szkolna dżungla (*Blackboard Jungle*), reż. R. Brooks, 1955.  
Szogun (*Shogun*), serial TV, 1980.  
Szpitala na peryferiach (*Nemocnice na kraji miasta*), serial TV, 1977-1981.  
Śmiercionośny ładunek (*Rage*), reż. G.C. Scott, 1972.  
Śpiewający błazen (*The Singing Fool*), reż. L. Bacon, 1928.  
Śpiewak jazzbandu (*The Jazz Singer*), reż. Alan Crosland, 1927.  
Śpioch (*Sleeper*), reż. W. Allen, 1973.  
Światła rampy (*Limelight*), reż. Ch. Chaplin, 1952.  
Tajemnica lekarza, reż. R. Ordyński, 1930.  
Taka była Oklahoma (*Oklahoma Crude*), reż. S. Kramer, 1973.  
Tańczący z wilkami (*Dances with Wolves*), reż. K. Costner, 1990.  
Taśmy prawdy (*The Anderson Tapes*), reż. S. Lumet, 1971.  
Terminator 2. Dzień sądu (*Terminator 2. Judgment Day*), reż. J. Cameron, 1991.  
The Killing (*Forbrydelsen*), serial TV, 2007-2012.  
Top Gun, reż. T. Scott, 1986.  
Traper z Kentucky (*The Kentuckian*), reż. B. Lancaster, 1955.  
Urowadzenie Agaty, reż. M. Piwowski, 1993.  
Usta zbyt czerwone (*The Magnificent Flirt*), reż. H. d'Abbadie d'Arrast, 1928.  
Vabank, reż. J. Machulski, 1981.  
Violent Days, reż. Lucile Chaufour, 2009.  
W samo południe, (*High Noon*), reż. F. Zinnemann, 1952.  
W upalną noc (*In the Heat of the Night*), reż. N. Jewison, 1967.  
Wejście smoka (*Enter the Dragon*), reż. R. Clouse, 1973.  
Wilcze echa, reż. A. Ścibor-Rylski, 1968.  
Wild Style, reż. Ch. Ahearn, 1983.  
Winchester '73, reż. A. Mann, 1950.  
Wróg publiczny nr 1 (*The Public Enemy*), reż. W. Wellman, 1931.  
Wszyscy ludzie prezydenta, A.J. Pakula, 1976.  
Z zaciśniętymi zębami (*Bite the Bullet*), reż. R. Brooks, 1975.  
Zachłanne miasto (*Fat City*), reż. J. Huston, 1972.  
Zagubieni (*Lost*), serial TV, 2004-2010.  
Zenobia, reż. G. Douglas, 1939.  
Złoto dla zuchwałych (*Kelly's Heroes*), reż. B. Hutton, 1970.  
Znikający punkt (*Vanishing Point*), reż. R. Sarafian, 1971.  
Zorro, serial TV, 1957-1959.  
Żądło (*The Sting*), reż. G. Roy Hill, 1973.  
Życie na gorąco, serial TV, 1978.



## SPIS ILUSTRACJI

1. Plakat wystawy *Amerykański sen* zorganizowanej w Muzeum Narodowym w Krakowie w 2009 roku, prezentującej w symboliczny sposób stosunek Polaków do Stanów Zjednoczonych i amerykańskiej kultury. Podstawę ekspozycji stanowiła kolekcja obrazów amerykańskich fotorealistów. Źródło: <http://polish.krakow.usconsulate.gov/wydarzenieo209sen.html>.
2. Ogłoszenie zapowiadające Wild West Show Buffalo Billa w Krakowie zamieszczone w lokalnej gazecie „Czas”. Źródło: <http://www.krakowpost.com/2013/10/when-the-wild-west-came-to-krakow>.
3. Brytyjscy teddy boys, charakterystyczny wygląd: fryzura w „kaczy kuper”, długie marynarki, kamizelki i buty na słoninie. Źródło: <http://www.edwardianteddyboy.com/page2.htm>.
4. Rock’n’roll dał początek transformacji niemieckiego społeczeństwa. Niemiecka młodzież na koncercie Billa Haleya w Berlinie w 1958 roku. Źródło: <http://www.teenagefilm.com/archives/archive-fever/hello-halbstarke>.
5. Orkiestra Karasińskiego i Kataszka w Ciechocinku, 1936. Jazz zachwyił Polaków, był muzyką nowoczesności, propagował niezależność, indywidualizm i wolność obyczajową. Źródło: [http://cyfroteka.pl/catalog/ebooki/88131/123097/ff/101/OPS/chapter4\\_9.xml](http://cyfroteka.pl/catalog/ebooki/88131/123097/ff/101/OPS/chapter4_9.xml).
6. Amerykańskie filmy dominowały w ofercie polskich kin, a hollywoodzkie gwiazdy stały się wzorami do naśladowania dla wielu Polek i Polaków. Okładki tygodnika ilustrowanego „Kino” zdobią wizerunki Greta Garbo (nr 26/1933) i Marleny Dietrich (nr 46/1933).
7. Reklama Chevroleta zamieszczona w przedwojennej prasie polskiej w 1938 roku. Źródło: [https://media.gm.com/autoshow/Chevrolet\\_Centennial/2010/public/po/pl/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/po/pl/2011/CHEVROLET/06\\_03\\_na\\_nasze\\_drogi.html](https://media.gm.com/autoshow/Chevrolet_Centennial/2010/public/po/pl/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/po/pl/2011/CHEVROLET/06_03_na_nasze_drogi.html).
8. Polscy bikiniarze demonstrowali swój opór wobec stalinowskiej rzeczywistości amerykańskim, w ich pojęciu, ubiorem i ostentacyjnym umiłowaniem jazzu. Kadr z Polskiej Kroniki Filmowej. *Operator was podpatrzył*, 1953. Źródło: <http://katedrakrytyki.pl/post/91554255008/jazz-w-prl-u-czyli-o-bikinia-rzachs%C5%82%C3%B3w-kilka>.

9. I Festiwal Jazzowy w Sopocie w 1956 roku był symbolem zmian „odwilżowych” i manifestacją pokoleniową młodzieży. Źródło: <http://culture.pl/en/article/polish-jazz-freedom-at-last>.
10. Polacy uwielbiali westerny. Pierwszy polski plakat do filmu *W samo południe* w reżyserii Freda Zinnemanna. Źródło: <http://www.filmweb.pl/film/W+samo+po%C5%82udnie-1952-31636/posters>.
11. Polscy hipisi. Złot w Częstochowie, 1971. Ich styl życie i światopogląd wpłynęły na system wartości całego pokolenia. Źródło: <http://www.radiokrakow.pl/rozmowy/hipisi-dlugowlosi-buntownicy-z-prl>.
12. W kolejce po magnetowidy, które w latach 80. uwolniły Polaków od kulturowego dyktatu władzy i elit intelektualnych. Źródło: <http://p.programosy.pl/foto/z122991970.jpg>.
13. Festiwal w Jarocinie. Uczestnicy nagrywający koncert na magnetofonach kasetowych. Bunt szerzył się dzięki technologii. Źródło: <http://www.rp.pl/galeria/481905.html>.
14. Prawdziwy amerykański *glamour*. Bohaterowie *Dynastii* inspirowali Polaków w latach 90., byli przewodnikami po nowej rzeczywistości, kształtowali modę, styl życia i nowy system wartości. Źródło: <http://sylwester.wm.pl/impreza/2/Bal-Sylwestrowy-Dynastia-w-Azzun>.
15. Polski hip-hop przejął formę i estetykę z amerykańskiego oryginału, lecz uzupełnił go tekstami stanowiącymi komentarz do polskiej rzeczywistości. Kadr z filmu dokumentalnego *Kielce czyli Polski Bronx* (1995), przedstawiającego początki kieleckiej kultury hip-hopowej. Źródło: <http://glamrap.pl/images/stories/E9/kielce-967.jpg>.

## OUR IMAGINED AMERICA:

### POLISH ENCOUNTERS WITH AMERICAN POPULAR CULTURE AFTER 1918

The presented monograph attempts to describe and critically reflect on the presence of American popular culture in Poland in various historical periods after 1918. It systematizes Polish experience with American cultural texts, and analyzes their forms and functions within the context of changing times and different political and economic systems. The concept of the encounter was used primarily because of its capacity and non-evaluative character. An encounter means contact between at least two parties – people, events, objects – and the interaction which such contact generates. Reception of a cultural text is always a two-way interaction. The recipient concretizes and interprets the text, which acquires new meanings. As a result, American cultural texts gain new meanings not only marked by Polish specificity, but also new added features and values that might not occur at all in other cultures. The key concept used in discussing Polish encounters with American popular culture is the concept of an “Imagined America,” a form of social images and notions concerning the United States and its culture, people, lifestyle, etc. – a construct which was established in the collective imagination of Polish people. The Polish “Imagined America” has been largely based on the texts of popular culture icons, symbols and values evoked by this culture, and played a significant role in organizing social emotions, behavior and aspirations in various periods of Polish history.

Polish encounters with American culture in many areas differ from those in Western Europe. An experience that significantly contributed to this difference was the nearly fifty-year-long domination of the communist system, which partially excluded Poles from participation in the changes that occurred in post-war Western Europe, namely the dynamic spread of the American influence in various areas of life – both those associated with the presence of American popular

culture, as well as changes in business, education and political life. This half-century of experience arising from operation in a different political and economic system not only determined the character of the presence of American culture in Poland, but also the attitude of Polish people to that culture.

Polish experiences of American pop culture – those resulting from longing and desire at a time when the culture was an ideological enemy and therefore prohibited in the official discourse, as well as those resulting from Polish society being rapidly thrown into new socio-political circumstances after 1989 which caused the domination of American culture in Poland – involve complex issues of intercultural activities taking place across national borders. This has meant dealing with such issues as cultural imperialism, Americanization, globalization, cultural hegemony and modernization as well as local reception and production of specific hybridized forms. The first chapter of the book is devoted to these issues. The chapter forms a theoretical basis for the book, the fundamental point of which is a discussion of the nature and characteristics of American popular culture and the category of an imagined America.

Because American popular culture reached Poland in different ways, mostly coming through other European countries, it seems reasonable to define the European context for Polish encounters with American culture. Therefore, the second chapter is devoted to the historical and social context of the presence of American culture in Europe, the forms of its representations and their reception. More specifically, the experience of three countries is discussed: Great Britain, France and Germany. An important role in my analysis is played by texts by German scholars whose research focuses on American popular culture and its place in German society. References are made to texts by Kaspar Maase and especially Winfried Fluck, although the German experience of American popular culture is different in several essential ways from the experiences of other Western European countries.

The following chapters focus exclusively on Polish experiences of American popular culture in the period from 1918 to 2015 – ninety very turbulent years, abounding with political changes, upheavals in the system, transformation of the economy, consumption patterns, working methods and the whole structure of the labor market, as well as forms of culture and models of participation. Therefore, it is reasonable to distinguish historical periods characterized by a relative consistency in the socio-political situation during which Poles entered into interactions with various forms of American popular culture.

The first of the Polish encounters with American popular culture took place in the interwar period, during which Poland formed its statehood and the world was experiencing vast modernization both in terms of technological development and social customs. At that time, American popular culture played a fairly important role in the processes of modernization of Poland: Hollywood cinema, jazz and consumer products became vehicles of modernity which significantly



changed role models, forms of leisure and customs. The encounter resembled an exclusive and fascinating flirt since it applied to a relatively small group of Poles, mostly the better-off residents of large cities with Warsaw in the lead, for whom American culture meant new quality, new customs and a modern, comfortable life.

The next encounter, the one that was the longest and similar in nature to a secret tryst, took place in the era of the Polish People's Republic. This era was not homogeneous, and in its different periods American culture was present in different ways, variously assessed by the regime. The Stalinist era was a period in which every form of American culture was persecuted as ideologically and socially harmful. This resulted in various forms of American culture being used to express social resistance, such as jazz being secretly played. In the next period, under Gomułka's rule, American culture was used as a safety valve to manipulate social moods. Poles, especially younger ones, desired everything that was Western and American: music, movies, fashion and consumer goods. These were used to demonstrate their subversive attitudes towards both the system and the older generation.

In the next period, Gierek's decade, American culture lost some of its subversive character and became an aspirational model for the communist authorities as well as for society, especially in the sphere of consumption. In the turbulent 1980s – a time of martial law and political opposition – American culture motivated Poles to act by making them aware that there was a better, more colorful world worth fighting for. The new attitudes were supported by the development of technology. Tape recorders and VCRs freed consumers from the only legitimate distributor and controller of cultural content – the communist authorities.

The third encounter began after 1989, during the transformation of the political and economic system. This time it resembled a rally with a single charismatic leader and a mass audience uncritically gazing upon him. Poles greedily and blindly drew from American patterns. America had lost its status as a symbol of rebellion – its culture became the mainstream culture and, like during the interwar period, a modernization force. American culture flooded Poland with the power of a tsunami, making up for the lost decades of functioning in a niche with rationed access. It was during this time that Polish elites expressed loud concerns about the Americanization of Polish culture.

The fourth encounter is one in which we are still participating and which began, in my opinion, in about 2004, when Poles entered the European Union and reoriented their aspirations, seeking to satisfy them within European culture, especially since the United States changed its main message to the world after the trauma of September 11, 2001. This resulted in a global wave of anti-American sentiment, criticism of the country, and controversy surrounding the presidency of George W. Bush. Today's encounter between Poles and American

culture is like a multicolored and diverse market, where Polish customers choose only what interests them from a trade offer. The offer is rich, and the products of American culture are present among products of many other cultures. Due to the development of communication technologies, Poles have access to global culture content, and have also become more competent and more critical of the cultural products they consume. These new modes of cultural activities concerning American popular culture are very well presented by the practices of consuming the new generation of American TV series.

Throughout Polish history, American popular culture has fulfilled various functions – it introduced modernity, supplied tools for building attitudes of opposition against the communist regime, served as a model for youthful rebellion, and guided Poles during times of political and economic transformation. Nowadays, communication technologies have created the possibility of even more intense transnationalization of its texts and forms, resulting in the creation of a new version of an imagined America in which we will, above all, look for reflections of ourselves.

## INDEKS

### A

d'Abbadie d'Arrast Harry 137  
Adamczak Marcin 317  
Adamowska Monika 290  
Adamska Anna Maria 199, 203, 205,  
254-255  
Adorno Theodor 40, 123  
Ahearn Charlie 118  
Aldrich Robert 214  
Alex Joe 255  
Allen Robert C. 327  
Allen Woody 273, 319-320  
Ambros Aleksandra 87  
Anderson Lindsay 87, 171  
Andrews Maurice S. 255  
Ang Ien 43  
Anka Paul 228, 230  
Antczak Jerzy 255  
Armstrong Louis 78, 108  
Arnold Matthew 73-75  
Åsard Erik 44  
Ashley Ray 200  
Ataman Ryszard 235  
Axer Erwin 255

### B

Bacevich Andrew J. 56  
Baczko Bronisław 12  
Badham John 250, 262  
Baker Josephine 97, 103  
Balcerowicz Leszek 322, 327

Balcona Michael 86  
Banasik Jakub 308  
Banaszkiewicz Grażyna 258  
Banaszkiewicz Władysław 129  
Bancroft George 136  
Barthes Roland 29-31  
Bartold Robert 93  
Basie Court 149  
Baudrillard Jean 21-22, 330, 350  
Bechet Sidney 97  
Beck Ulrich 39  
Bednarczyk Arkadiusz 52  
Benedek László 83  
Berendt Joachim-Ernst 225  
Berlusconi Silvio 321  
Berman Marshall 66  
Bernacki Włodzimierz 35  
Bernatowicz Małgorzata 353  
Bernstein Jay M. 40  
Berry Chuck 234  
Berstowski Wadim 217  
Biberman Herbert J. 201  
Bieliński Włodzimierz (pseud. Wowo)  
172  
Bieniewski Henryk 256-257  
Bierut Bolesław 169, 189, 205, 243  
Biggers Earl Derr 256  
von Bismarck Otto 109  
Blanke David 155  
Błoński Jan 212  
Bogart Humphrey 214, 258

- Bogdanovich Peter 273  
 Bogucka Teresa 222, 257, 259, 332-334  
 Bogunia-Borowska Małgorzata 323  
 Bolesławski Ryszard 133  
 Borchers Hans 42-43  
 Bourdieu Pierre 56  
 Bourre Jean-Paul 99  
 Bouton Frank 136  
 Bow Clara 138  
 Bowland Derek 95  
 Bradley Adam 95  
 Brainard Joe 373-375  
 Brando Marlon 83, 110, 114, 218  
 Braudy Leo 160  
 Breidenbach Joana 60  
 Brest Martin 279  
 Breźniew Leonid 268  
 Bricktop zob. Smith Ada (pseud. Bricktop) 66, 97  
 Brodacki Krystian 202, 204, 225, 227  
 Brodski Josif 31  
 Brooks David 101  
 Brooks Richard 272  
 Brown Daniel 100  
 Brun Leon 135  
 Bryant Gerard 235  
 Bryman Alan 65  
 Brzozowski Wojciech 153  
 Buchholz Stefan 149  
 Buchowski Marian 219  
 Buffalo Bill (właśc. William Cody) 50-51, 195  
 Bukowski Charles 237  
 Burmajster Zbigniew 189, 237  
 Burszta Wojciech J. 73, 120  
 Bush George W. 18, 303, 348, 409  
  
 C  
 Cagney James 89  
 Cameron James 315  
 Capra Frank 106, 138  
 Carey Michael 258  
 Carrington Blake 320, 325, 328-329, 331, 333  
 Carroll Jonathan 312  
 Carter Benny 97  
 Casetti Francesco 323  
 Cassirer Ernst 32  
 Castells Manuel 366  
 Cebul Krzysztof 39  
 Cegielski Max 311, 313  
 Ceranka Paweł 240  
 Chałupiec Apolonia zob. Negri Pola 137-138, 160  
 Chamberlain Richard 260, 272  
 Chanda Nayan 54  
 Chandler Raymond 256  
 Chaplin Charlie 103, 130, 138, 271-272  
 Chaufour Lucile 100  
 Checker Chubby 234-235  
 Chelstowski Walter 295  
 Chernus Ira 31  
 Chevalier Maurice 101  
 Chłopek Maciej 180-184, 187-189, 196  
 Chomsky Noam 40  
 Chrennikow Tichon 174-175  
 Christie Agatha 255  
 Ciołek Zbigniew 189  
 Ciuksza Edward 210  
 Clinton Bill 301, 303, 312  
 Cody William zob. Buffalo Bill 50-51, 195  
 Cohen Marshall 160  
 Collins Joan 328  
 Colt Samuel 48  
 Conover Willis 201-202  
 Conti Albert 137  
 Cooper Fenimore 22, 125  
 Cooper Fenimore James 212  
 Cooper Gary 174, 216, 299-300, 30-303, 329, 358  
 Copland Aaron 108  
 Coppola Francis F. 250-251, 374  
 Corbin Barry 332  
 Cosmatos George P. 279  
 Costner Kevin 315  
 Coutts-Smith Kenneth 90  
 Cowell Henry 108  
 Cybulski Zbigniew 219

Cypriański Piotr 352  
Czaja Dariusz 327  
Czerwińska Elżbieta 257  
Czeszko Bohdan 180-181

# D

Davis Jacob 224  
Dawid Leszek 343, 372  
Day Doris 271, 273  
De Toth André 214  
Dean James 91, 113, 218-219, 246  
Deditius Sabina 339  
Dee Ivan R. 348  
Dejmek Kazimierz 255  
Derek B (właśc. Bowland Derek) 95  
Dickinson Angie 273  
DJ 600V (Volt, właśc. Sebastian Imbierowicz) 341  
Dobrzyński Maciej 149  
Dominik Cynthia 212  
Dorsey, bracia 149  
Douglas Gordon 166  
Douglas Louis 149  
Drost Jacek 235  
Drummond Phillip 43  
Drygalska Ewa 344  
Drzewiecka Milena 248  
DuBois Andrew 95  
Dudek Antoni 207  
Dudziak Urszula 226  
Duhamel Georges 75  
Duncan Russell 19  
Dylan Bob 296  
Dymna Anna 252  
Dymny Wiesław 252  
Dymsza Adolf 188  
Dziadek Adam 30  
Dzierżonowski Feliks 210

# E

Eastwood Clint 249  
Eco Umberto 22, 24  
Edward VII, król Anglii 89  
Eisler Jerzy 210  
Ellington Duke 78, 147, 149, 202

Eminem (właśc. Marshall Mathers) 339, 343, 380  
Engel Morris 200  
Englert Maciej 255

# F

Fairbanks Douglas 137  
Fairbanks Mary 137  
Falk Feliks 297-298  
Fatyga Barbara 19, 94, 336  
Faulkner William 212-213, 312  
Featherstone Mike 46  
Fethke Jan 188  
Filiciak Mirosław 276, 280, 283, 352, 356, 360  
Fink Wilhelm 27  
Fiske John 20, 32, 34, 221, 335  
Fitzgerald Ella 149  
Fitzgerald Francis Scott 97  
Fitzgerald Zelda 97  
Fleischman Joel 332  
Fletcher Lucille 256  
Fluck Winfried 353-354, 359-360, 366  
Ford Henry 155  
Ford John 195, 271-272  
Ford Karol 135  
Forman Miłoś 250  
Frank Thomas 298, 364-365  
Frears Stephen 315  
Friedman Thomas L. 53-54  
Friszke Andrzej 243-244, 261, 266-267  
Frost Mark 337  
Fryderyk II Wielki, król Prus 109

# G

Gadomska Agnieszka 214, 315-316, 320  
Gałuszka Mieczysław 326, 328-330, 335  
Garbo Greta (właśc. Greta Lovisa Gustafsson) 136, 139-140  
Gardner Ava 214  
Garlicki Andrzej 159  
Gassion Edith Giovanna zob. Piaf Edith 101  
Gaszyński Marek 226, 232-235, 262  
Gates Bill 312

- Gaweł Piotr 275  
 Geertz Clifford 11, 369  
 Gershwin George 97  
 Gert Jerzy 146  
 Giddens Anthony 60  
 Gierek Edward 222, 229, 243, 247, 257, 259, 261, 264, 267, 273  
 Gierszewska Barbara 129-131, 133-134  
 Gilbert David 93  
 Gilbert John 138  
 Gilliam Bryan Randolph 103  
 Ginsberg Allen 237  
 Gish Lilian 134  
 Giza Barbara 356, 360  
 Głowacka-Grajper Małgorzata 120  
 Gnoiński Leszek 229  
 Godzic Wiesław 335, 356  
 Goebbels Joseph 105  
 Gold Artur 144, 147  
 Golka Marian 57-58, 319-320  
 Gomulka Władysław 206-209, 243, 249, 256, 374  
 Goodman Benny 147, 149  
 Gorbaczow Michaił 301  
 Goszczyńska Joanna 120  
 Gradowski Mariusz 228  
 Gramsci Antonio 33  
 Grauso Nicola 321  
 Greenfield Jeff 351  
 Gris Henri 139  
 Grochola Katarzyna 313  
 Grochowska Magdalena 175  
 Grochowski Wojciech 189  
 Gross Florian 364-365  
 Gross Jan T. 222  
 Grossówna Helena 134  
 Gruza Jerzy 256  
 Grzełowski Bogusław 126  
 Grzyb Bogusław 231  
 Gustafsson Greta Lovisa zob. Garbo Gre-  
 ta 136, 139-140  
 Gutek Roman 315, 318-319  
 Guzik Alexis 328  
 Gwóźdź Andrzej 317, 323
- H  
 Haddige Dick 91  
 Hal Kamil 204  
 Halawa Mateusz 325, 328  
 Haley Alex 260  
 Haley Bill 91, 99, 108, 110, 112, 226-228  
 Hall Alexander 166,  
 Hall Stuart 89, 350  
 Hannerz Ulf 44  
 Hanson Curtis 343  
 Hanuszkiewicz Adam 255  
 Hardy Oliver 166  
 Harmon Robert 279  
 Hart William 130  
 Hartrich Edwin 107  
 Hawkins Coleman 97  
 Hayworth Rita 258  
 Hearst William Randolph 47  
 Hebdige Dick 28, 91-92  
 Hemingway Ernest 97, 211, 213, 254, 312  
 Hendrix Jimmy 284  
 Hepburn Katharine 138  
 Herrmann Sebastian M. 153  
 Heymanowa Stefania 133  
 Hiller Arthur 250  
 Hitchcock Alfred 86, 166, 214, 257, 273  
 Hitler Adolf 105, 109  
 Hłasko Marek 171, 188, 194-195, 198, 213, 216  
 Hoff Barbara 220  
 Hoffman Jerzy 217  
 Hoggart Richard 87-90, 92  
 Hollander Paul 348  
 Hollender Barbara 319-320  
 Holzer Jerzy 82, 268  
 Hoover Herbert 125  
 Hopper Dennis 252  
 Horowitz Richard 194  
 Huber Alison 355  
 Hübner Zygmunt 255  
 Huizinga Johan 74-75  
 Husaim-Sobecka Ynona 220-223  
 Hutson John 249  
 Hutton Brian G. 250

- I
- Idzikowska-Czubaj Anna 287-288
- Imbierowicz Sebastian zob. DJ 600V 341
- Ingarden Roman 11-12
- Iriye Akira 54
- Issitt Micah 239
- J
- Jackson Andrew 25-26
- Jackson Michael 312, 338
- Jahn-Sudmann Andreas 27
- Jan Paweł II, papież zob. Wojtyła Karol 267
- Jan Yahu Pawul 262-263
- Jaruzelski Wojciech 303, 373
- Jarząbek Wanda 268
- Jawłowska Aldona 237
- Jaworska Aneta 356, 362
- Jaźwiński Aleksander 148
- Jefferson Tony 74, 89
- Jenkins Henry 352
- Jephcott Edmund F.N. 123
- Jesswein Rafał 296
- Jewison Norman 272
- Johnson Lyndon B. 208-209
- Johnston Eric 213
- Johnstone Jeanne 226
- Jolson Al (właśc. Asa Yoelson) 132, 147
- Judt Tony 93-95, 127
- Juncker Clara 19
- Jurasz Tadeusz 219
- K
- Kaczkowski Piotr 262
- Kaczmarek Jacek 322
- Kaczyński Jarosław 322
- Kaczyński Lech 322
- Kalicińska Małgorzata 313
- Kalwiński Stanisław (pseud. Drązek) 204
- Kania Stanisław 267
- Kantor Tadeusz 255
- Karabas Kazimierz 255
- Karasiński Zygmunt 144-145, 147
- Karpiński Krzysztof 143-144, 146-147, 149-153
- Kataszek Szymon 144-145
- Katz Elihu 43
- Katzenstein Peter J. 348
- Kazan Elia 273
- Keaton Buster 130
- Keckermann Bartłomiej 125
- Kelleter Frank 19, 27
- Kennedy John F. 208-209, 230, 304
- Kennedy Robert 209
- Keohane Robert O. 348
- Kernfeld Barry 142
- Kerouac Jack 237
- Kersten Krystyna 173
- Kesselring Joseph 255
- Kevina Sieczka 328
- Kielak-Adamowicz Marzena 288, 292
- Kijowski Andrzej Tadeusz 322
- Kisielewski Stefan 163, 347
- Klecki Mieczysław 167
- Klein Naomi 40, 54
- Klekot Ewo 246
- Kleszczyński Zdzisław 137
- Kleyff Tomasz 339-341, 343-344
- Kloczkowski Jacek 67
- Kłuba Henryk 252-253
- Kluska Bartłomiej 321-322
- Kłak Jacek 221
- Kłoskowska Antonina 128, 159, 161, 211
- Kłyk Józef 217
- Kolberg Oskar 125
- Komeda Krzysztof 177
- Komorowski Bronisław 322
- Konic Andrzej 258
- Konieczny Jacek 61
- Kooijman Jaap 23-24, 46
- Koper Sławomir 142
- Korda Aleksandra 85
- Korzyński Andrzej 234
- Kosiński Krzysztof 207, 209, 224-225, 290, 293
- Kossak Jerzy 211
- Kotcheff Ted 279
- Kowalczyk Marcin 280
- Kowalewski Sławomir 230
- Kowalewski Włodzimierz 163

Kowalska Małgorzata 12  
 Krajewski Andrzej 259  
 Krajewski Marek 313  
 Krasnodębski Zdzisław 67-68  
 Krasucki Eryk 211  
 Krauze Krzysztof 298-299  
 Kret Jarosław 322  
 Kreutzner Gabriele 43  
 Kroc Ray 63  
 Kroes Rob 36, 41, 48, 50, 52, 74-75  
 Królak Joanna 120  
 Królak Sławomir 22  
 Krycki Mateusz 39  
 Krzemień-Ojak Krystyna 40  
 Kuisel Richard 75, 98  
 Kujawski Witold 167  
 Kula Marcin 374  
 Kulmiński Robert 120  
 Kurnicki Karol 340  
 Kuroń Jacek 198, 222-223  
 Kurylewicz Andrzej 177, 204, 225  
 Kwaśniewski Aleksander 301, 303, 322

## L

Lacan Jacques 31  
 Lachowska Dorota 62  
 de La Fayette Marie Joseph 97  
 Lampe Jens Bodewalt 147  
 Lancaster Burt 214, 216  
 Lane Arthur Bliss 164  
 Lang Fritz 105, 214  
 Langdon Harry 166  
 Lash Scott 46  
 Lathan Stan 118  
 Latkowski Sylwester 373-374  
 Leavis Frank Raymond 74-75  
 Lee Bruce 280  
 Leigh Vivien 86  
 Leon XIII, papież 50  
 Lerski Tomasz M. 145, 147  
 Lester L. Mark 279  
 Leszkowicz Tomasz 229-230  
 Lewicki Bolesław 254  
 Lewis John Lee 228, 234

Liebes Tamar 43  
 Linton Ralph 120, 301  
 Liroy zob. Liroy-Marzec Piotr  
 Liroy-Marzec Piotr 314  
 Lis Renata 257  
 Lisowska-Magdziarz Małgorzata 325  
 Little Richard zob. Penniman Richard  
     Wayne 228  
 Looseley David 101  
 Loren Sophia 205  
 Losey Joseph 273  
 Loska Krzysztof 357  
 Lubelski Tadeusz 133-134  
 Lubos Z. 196  
 Lucas George 270  
 Lumet Sydney 251, 273  
 Lundén Rolf 44  
 Lynch David 319, 337  
 Lyne Adrian 86, 280  
 Lyra Franciszek 212, 311-312

## Ł

Łodziński Waldemar 276, 282  
 Łuszcz Piotr zob. Magik 343

## M

Maase Kaspar 15, 43, 59-60, 108-109, 111,  
     133-115  
 Machcewicz Paweł 163-164  
 Machulski Juliusz 297, 320  
 Maciejewska Beata 171  
 Maffesoli Michel 94  
 Magala Sławomir 62  
 Magik (właśc. Piotr Łuszcz) 343  
 Makowski Mirosław R. 290, 292, 294-  
     295  
 Malchow Howard 93  
 Manero Tony 262  
 Mania Andrzej 123-124, 164, 170  
 Mankiewicz Joseph 214  
 Mann Anthony 214  
 Mann Delbert 213  
 Manovich Lev 352  
 Mao Zedong 234, 241, 265



Marcuse Herbert 237-238  
 Marks Karol 265  
 Marley Bob 285, 296  
 Marody Mirosława 266  
 Marshall George 82  
 Martin Paul 106  
 Martyka Stefan 195  
 Marzec Piotr zob. Liroy  
 Mathers Marshall zob. Eminem  
 Matuszkiewicz Jerzy (pseud. Duduś) 167,  
 177, 298, 366  
 Mazan Leszek 51  
 Mazlish Bruce 54  
 Mazowiecki Tadeusz 226, 303, 322  
 McCormick Cyrus 48  
 McKenzie Fred 49  
 McLaren Norman 200  
 McLuhan Marshall 297  
 Meszyński Cezary 221  
 Michalski Dariusz 229-230, 254-258  
 Michałek Krzysztof 82  
 Michnik Adam 222  
 Mickiewicz Adam 198  
 Mielczarek Tomasz 164, 174  
 Miklica Bogusław 181  
 Milestone Lewis 166  
 Miller Arthur 255  
 Miller Cynthia J. 215-216  
 Minnifield Maurice J. 332  
 Minow Newton N. 337  
 Miszczyński Miłosz 339  
 Mitchell Tony 118  
 Mix Tom 130  
 Modzelewski Karol 222  
 Monroe Marilyn 246, 299  
 Morley David 335, 350  
 Morrison Marion Mitchell zob. Wayne  
 John 22  
 Morrow Rob 332  
 Moylan Catherine 138  
 Mueller Agnes C. 27  
 Mulligan Robert 272  
 Muszyński Wojciech 361

N  
 Nacher Anna 360-361  
 Negri Pola (właśc. Apolonia Chałupiec)  
 137-138, 160  
 Nelson Ricky 235  
 Nenno Nancy 104  
 Newcomb Horace 327  
 Nobis Adam 59  
 Nolan Mary 317  
 Norris Chuck 280  
 Novarro Ramon 132  
 Nowicka Ewa 120  
 Nye Joseph 42

O  
 Odin Roger 323  
 Opryszek Szymon 50  
 Ordyński Ryszard 132-133  
 Orwell George 87  
 Orzechowski Kazimierz 347  
 Orzechowski Witold 258  
 Osęka Piotr 231

P  
 Pacud Korneliusz 13  
 Paczkowski Andrzej 301  
 Paderewski Ignacy 303  
 Page Anita 136  
 Pakula Alan J. 251, 273  
 Panofsky Edwin 160  
 Parfianowicz-Vertun Weronika 276, 278,  
 281, 283  
 Parker Alan 86  
 Pasikowski Władysław 319-320  
 Paterson Richard 43  
 Pawlak Renata 95, 339  
 Pawlikowska-Jasnorzewska Maria 141  
 Payson Philip 29  
 Pease Donald E. 19  
 Pelka Anna 166, 172, 185-186, 188, 198,  
 218-219, 222-223, 248, 252-253, 289  
 Pells Richard 41, 77  
 Penniman Richard Wayne (pseud. Little  
 Richard) 228

Persak Krzysztof 163-164  
 Petersburski Jerzy 144, 147  
 Pęczak Mirosław 181, 184, 187, 189-190,  
 238-239, 278, 285-286, 288, 292, 294  
 Piaf Edith (właśc. Edith Giovanna Gas-  
 sion) 101  
 Piątkowski Krzysztof 31  
 Pickford Mary 130  
 Piechaczek Maria M. 11  
 Piekarska Małgorzata Karolina 221, 319  
 Pierson Frank 273  
 Pietraszewski Igor 16, 143-144, 151-152,  
 167-168, 177  
 Piętek Henryk 240  
 Pilkington Hilary 178-179  
 Piszek Edward 304  
 Piwowarski Radosław 297, 299  
 Piwowski Marek 256, 319  
 Pograniczny Witold 232-235  
 Pohl Krystyna 220, 223  
 Poiger Uta G. 105, 110, 116  
 Polak Jędrzej 199, 203, 205, 234-235  
 Pollack Martin 126  
 Pommer Erich 105  
 Porter Cole 97  
 Prasek Cezary 210  
 Preis-Smith Agata 66  
 Presley Elvis 227-228, 235, 256, 312  
 Price Emmett George 101  
 Przybyszewska Katarzyna 194  
 Przyłipiak Mirosław 357  
 Pyrz Józef 238

## R

Rafelson Bob 251  
 Raft George 89  
 Ray Nicholas 91  
 Reagan Ronald 268-270, 279, 297, 301-  
 302, 326, 373  
 Reisz Karel 87  
 Religa Zbigniew 322  
 Rentschler Eric 105-106  
 Richardson Elaine 118  
 Richardson Tony 87  
 Riper Bowdoin A. van 215-216

Ritzer George 39, 53, 56-57, 62-64  
 Robertson Cliff 251  
 Robertson Imogene 137  
 Robertson Roland 56-57, 59  
 Robins Kevin 350  
 Robinson Edward G. 89  
 Robinson J. Bradford 103  
 Rogers Ginger 134, 138  
 Rogers Mary F. 246  
 Rogiński Stefan 232  
 Rokicki Konrad 242  
 Rosłowski Igor 286-288  
 Rosner Ady 144, 149, 207  
 Roszkowski Wojciech 124  
 Różalska Ewa 297  
 Rybkowski Jan 188  
 Rydell Robert W. 8, 50, 52, 74-75  
 Rzepczak Urszula 322

## S

Sarafian Richard 252  
 Sarnecki Tomasz 216, 302-303  
 Sasanka Paweł 243-244, 261  
 Sauerland Karol 40  
 Saunders Thomas J. 103-106  
 Saussure Ferdinand de 30  
 Sawicka Katarzyna 32  
 Schindler Zygmunt 135  
 Schoenbrennerowa Janina 189  
 Schroder Kim Ch. 329  
 Schulte-Sasse Linda 105  
 Schwarzenegger Arnold 279  
 Scott George 153, 251  
 Scott Ridley 86  
 Scott Tony 86, 279  
 Seagal Steven 280  
 Seiter Ellen 42-43  
 Sennett Mack 130  
 Shakespeare William 333  
 Shaw Artie 149  
 Shaw Irwin 260  
 Siegel Don 272  
 Siegfried André 75  
 Sienkiewicz Henryk 126  
 Silverstone Roger 327

- Sipowicz Kamil 238-239, 241, 243, 266  
 Siuda Piotr 353, 360-361  
 Skaradziński Jan 229  
 Skórzewski Edward 217  
 Skrzypczak Józef 352  
 Skrzypiec Józef 211  
 Skurowski Piotr 66  
 Sloan Alfred 155-156  
 Słomczyński Maciej 255  
 Smith Ada, pseud. Bricktop 97  
 Smith Noel, pseud. Razor 99  
 Smosarska Jadwiga 134, 160  
 Socha Ben 328  
 Sokołowski Marek 361  
 Sokorski Włodzimierz 175, 233  
 Sosnkowski Jerzy 143  
 Sowińska Iwona 133  
 Spielberg Steven 250, 316  
 Spychalski Marian 176  
 Stachówna Grażyna 253, 327  
 Stalin Józef 173-174, 197, 199, 203, 205, 210, 225  
 Staniewska Anna 32  
 Stanwyck Barbara 138  
 Stańczak-Wislicz Katarzyna 68, 127-128  
 Stańko Tomasz 226  
 Stasiuk Andrzej 248  
 Stead William T. 47-50, 52, 54-55, 77  
 Steel Danielle 312  
 Steele Tommy (właśc. Thomas William Hicks) 228, 235  
 Steinbeck John 166, 213, 312  
 Stephan Alexander 11, 24, 85  
 Stępień Sławomir 240, 242  
 Stillman Todd 39, 53, 63-64  
 Stokłosa Jacek M. 297  
 Stone Oliver 279  
 Storey John 33  
 Strauss Levi 224  
 Strayhorn Billy 202  
 Strinati Dominik 73-74, 88-89  
 Strobel Ricarda 27  
 Struzik Justyna 342  
 Sturges John 249  
 Super Robert H. 74  
 Suzin Jan 274  
 Swidler Ann 44  
 Swinarski Konrad 254-255  
 Syska Rafał 133  
 Szarota Piotr 223  
 Szczepański Maciej 259, 274, 279, 323  
 Szczerba Jacek 199, 258-259  
 Szczerbicki Tomasz 155-158  
 Szczucka Natalia 297  
 Szczypiorski Andrzej 255  
 Szekspir William zob. Shakespeare William 333  
 Szklarski Bohdan 349  
 Szlązak Stefan 150  
 Szmagier Krzysztof 258  
 Sznajder Nathan 39  
 Szpakowska Małgorzata 222  
 Szpilman Władysław 322  
 Szrajer Adam 138  
 Sztompka Piotr 60-61, 308  
 Szułdrzyński Michał 67  
 Szwiec Wojciech 217  
 Szyja Piotr 208  
 Szymkowska-Bartyzel Jolanta 208, 217, 349  
 Ścibor-Rylski Aleksander 217  
 Ś  
 Ślesicki Maciej 319  
 Świątkowska Bogna 341  
 Świda-Ziemba Hanna 165, 179, 191-192, 197-198, 203, 205-207, 243, 264-265  
 T  
 Tabako Tomasz 192  
 Taylor Estelle 136  
 Tazbir Janusz 125  
 Teleszyński Leszek 258  
 Temple Shirley 138  
 Terlecki Ryszard 239  
 Terpiłowski Lech 153  
 Thompson Vigil 108  
 Tocqueville Alexis de 97  
 Toeplitz Jerzy 320  
 Toeplitz Krzysztof Teodor 199

- Tomlinson John 45, 66  
 Toruńczyk Barbara 222  
 Truman Harry 81-82  
 Trystan Leon 130  
 Tułodziecki Maciej 284  
 Turner Joe 150  
 Tusk Donald 322  
 Tuwim Julian 142  
 Twain Mark 125, 212  
 Tyrmand Leopold 153, 168-170, 172, 176,  
 185-187, 197-198, 202-203, 226, 232,  
 298
- U
- Urbaniak Michał 226  
 Urzykowski Tomasz 303
- V
- Valentino Rudolf 130, 138  
 Van Damme Jean-Claude 280  
 van Elteren Mel 74, 348  
 Vélez Lupe 138  
 Verhoeven Paul 279  
 Vidor Florence 137  
 Vinci Leonardo da 333  
 Volt zob. DJ 600V 341
- W
- Wacquant Loïc 56  
 Wagnleitner Reinhold 79, 178  
 Wajda Andrzej 255  
 Walaszek Adam 35  
 Walicki Franciszek 203, 226, 228-229,  
 231, 262  
 Walter Mariusz 259, 295  
 Walters Charles 273  
 Wałęsa Lech 267-268, 302-303, 322  
 Warhol Andy 93  
 Wars Henryk 144, 147  
 Warth Eva-Maria 43  
 Waschko Roman 225, 233, 262  
 Wasiak Patryk 274-276  
 Wayne John (właśc. Marion Mitchell  
 Morrison) 22  
 Wążyk Adam 199
- Weber Max 62  
 Weisbrode Kenneth 54  
 Welles Orson 166, 214, 381  
 Wellman Dorota 322  
 Welsch Wolfgang 46  
 Wenders Wim 24  
 Wert Pola 254, 285-289  
 Wertenstein-Zuławski Jerzy 285-289  
 Westwood Vivien 289  
 Węclawek Dominika 339  
 Whale James 214  
 Wharton William 312  
 White Jerry 89  
 Whiteman Paul 147  
 Wierzychowska Justyna 358  
 Wilder Billy 299-300  
 Wilford Hugh 85-87, 92  
 Wilk Paulina 284  
 Willett Ralph 107  
 Williams George 148  
 Williams Tennessee 255  
 Wilson Hugh 279  
 Wilson Woodrow 123, 125  
 Winter Rainer 39  
 Witczak Witold 129  
 Witkowski Franciszek 144  
 Witkowski Grzegorz K. 290, 292, 294-  
 295  
 Wnuk-Lipiński Edmund 58  
 Wojciechowicz Maria 146  
 Wojciechowski Konrad 290, 292, 294-  
 295  
 Wojtyła Karol 267  
 Wolanowski Lucjan 195  
 Woldeck Klaus 112  
 Wolski Kalikst 126  
 Wooding Sam 149  
 Wrona Janusz 163, 173  
 Wyka Anna 333  
 Wyler William 214  
 Wyrobek Bogusław 231  
 Wysocki Hieronim 189  
 Wyspiański Stanisław 198  
 Wyszynski Stefan, kard. 207

## Y

Yoelson Asa zob. Jolson Al 132, 147  
Young Loretta 137

## Z

Zajiček Edward 129-132  
Zamkow Lidia 255  
Zangwill Israel 37  
Zanussi Krzysztof 322  
Zaremba Marcin 242  
Zenderowski Radosław 39  
Zieliński Henryk 128, 159

Zieliński Marek 293-294  
Zingrine Frank 297  
Zinnemann Fred 214-215  
Zmudziński Bogusław 253  
Zółkiewski Stefan 211  
Zubkova Elena 182  
Zukrig Ina 60

## Ż

Żaglewski Tomasz 317-318  
Żaryn Jan 269  
Żyro Tomasz 29



W SERII SOCIETAS POD REDAKCJĄ BOGDANA SZLACHTY UKAZAŁY SIĘ:

1. Grzybek Dariusz, *Nauka czy ideologia. Biografia intelektualna Adama Krzyżanowskiego*, 2005.
2. Drzonek Maciej, *Między integracją a europeizacją. Kościół katolicki w Polsce wobec Unii Europejskiej w latach 1997-2003*, 2006.
3. Chmieleński Maciej, *Max Stirner. Jednostka, społeczeństwo, państwo*, 2006.
4. Nieć Mateusz, *Rozważania o pojęciu polityki w kręgu kultury attyckiej. Studium z historii polityki i myśli politycznej*, 2006.
5. Sokołów Florian, *Nahum Sokołów. Życie i legenda*, oprac. Andrzej A. Zięba, 2006.
6. Porębski Leszek, *Między przemocą a godnością. Teoria polityczna Harolda D. Laswella*, 2007.
7. Mazur Grzegorz, *Życie polityczne polskiego Lwowa 1918-1939*, 2007.
8. Węc Janusz Józef, *Spór o kształt instytucjonalny Wspólnot Europejskich i Unii Europejskiej 1950-2005. Między ideą ponadnarodowości a współpracą międzyrządową. Analiza politologiczna*, 2006.
9. Karas Marcin, *Integryzm Bractwa Kapłańskiego św. Piusa X. Historia i doktryna rzymskokatolickiego ruchu tradycjonalistycznego*, 2008.
10. *European Ideas on Tolerance*, red. Guido Naschert, Marcin Rebes, 2009.
11. Gacek Łukasz, *Chińskie elity polityczne w XX wieku*, 2009.
12. Zemanek Bogdan S., *Tajwańska tożsamość narodowa w publicystyce politycznej*, 2009.
13. Lenczarowicz Jan, Jatta. *W kręgu mitów założycielskich polskiej emigracji politycznej 1944-1956*, 2009.
14. Grabowski Andrzej, *Prawnicze pojęcie obowiązywania prawa stanowionego. Krytyka niepozytywistycznej koncepcji prawa*, 2009.
15. Kich-Maslej Olga, *Ukraina w opinii elit Krakowa końca XIX – pierwszej połowy XX wieku*, 2009.
16. Citkowska-Kimla Anna, *Romantyzm polityczny w Niemczech. Reprezentanci, idee, model*, 2010.
17. Mikuli Piotr, *Sądy a parlament w ustrojach Australii, Kanady i Nowej Zelandii (na tle rozwiązań brytyjskich)*, 2010.
18. Kubicki Paweł, *Miasto w sieci znaczeń. Kraków i jego tożsamości*, 2010.
19. Żurawski Jakub, *Internet jako współczesny środek elektronicznej komunikacji wyborczej i jego zastosowanie w polskich kampaniach parlamentarnych*, 2010.

20. *Polscy eurodeputowani 2004-2009. Uwarunkowania działania i ocena skuteczności*, red. Krzysztof Szczerski, 2010.
21. *Bojko Krzysztof, Stosunki dyplomatyczne Moskwy z Europą Zachodnią w czasach Iwana III*, 2010.
22. *Studia nad wielokulturowością*, red. Dorota Pietrzyk-Reeves, Małgorzata Kułakowska, Elżbieta Żak, 2010.
23. *Bartnik Anna, Emigracja latynoska w USA po II wojnie światowej na przykładzie Portorykańczyków, Meksykanów i Kubańczyków*, 2010.
24. *Transformacje w Ameryce Łacińskiej*, red. Adam Walaszek, Aleksandra Giera, 2011.
25. *Praszałowicz Dorota, Polacy w Berlinie. Strumienie migracyjne i społeczności imigrantów. Przegląd badań*, 2010.
26. *Głogowski Aleksander, Pakistan. Historia i współczesność*, 2011.
27. *Brażkiewicz Bartłomiej, Choroba psychiczna w literaturze i kulturze rosyjskiej*, 2011.
28. *Bojenko-Izdebska Ewa, Przemiany w Niemczech Wschodnich 1989-2010. Polityczne aspekty transformacji*, 2011.
29. *Kołodziej Jacek, Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie*, 2011.
30. *Nacjonalizmy różnych narodów. Perspektywa politologiczno-religioznawcza*, red. Bogumił Grott, Olgierd Grott, 2012.
31. *Matyasik Michał, Realizacja wolności wypowiedzi na podstawie przepisów i praktyki w USA*, 2011.
32. *Grzybek Dariusz, Polityczne konsekwencje idei ekonomicznych w myśli polskiej 1869-1939*, 2012.
33. *Woźnica Rafał, Bułgarska polityka wewnętrzna a proces integracji z Unią Europejską*, 2012.
34. *Ślufińska Monika, Radykałowie francuscy. Koncepcje i działalność polityczna w XX wieku*, 2012.
35. *Fyderek Łukasz, Pretorianie i technokraci w reżimie politycznym Syrii*, 2012.
36. *Węc Janusz Józef, Traktat lizboński. Polityczne aspekty reformy ustrojowej Unii Europejskiej w latach 2007-2009*, 2011.
37. *Rudnicka-Kassem Dorota, John Paul II, Islam and the Middle East. The Pope's Spiritual Leadership in Developing a Dialogical Path for the New History of Christian-Muslim Relations*, 2012.
38. *Bujwid-Kurek Ewa, Serbia w nowej przestrzeni ustrojowej. Dzieje, ustrój, konstytucja*, 2012.
39. *Cisek Janusz, Granice Rzeczypospolitej i konflikt polsko-bolszewicki w świetle amerykańskich raportów dyplomatycznych i wojskowych*, 2012.
40. *Gacek Łukasz, Bezpieczeństwo energetyczne Chin. Aktywność państwowych przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych*, 2012.



41. Węc Janusz Józef, *Spór o kształt ustrojowy Wspólnot Europejskich i Unii Europejskiej w latach 1950-2010. Między ideą ponadnarodowości a współpracą międzyrządową. Analiza politologiczna*, 2012.
42. *Międzycywilizacyjny dialog w świecie słowiańskim w XX i XXI wieku. Historia – religia – kultura – polityka*, red. Irena Stawowy-Kawka, 2012..
43. *Ciekawość świata, ludzi, kultury...* Księga jubileuszowa ofiarowana Profesorowi Ryszardowi Kantorowi z okazji czterdziestolecia pracy naukowej, red. Renata Hołda, Tadeusz Paleczny, 2012.
44. Węc Janusz Józef, *Pierwsza polska prezydencja w Unii Europejskiej. Uwarunkowania – procesy decyzyjne – osiągnięcia i niepowodzenia*, 2012.
45. Zemanek Adina, *Córki Chin i obywatelki świata. Obraz kobiety w chińskich czasopiśmie o modzie*, 2012.
46. Kamińska Ewa, *Rezeption japanischer Kultur in Deutschland. Zeitgenössische Keramik als Fallstudie*, 2012.
47. Obeidat Hassaym, *Stabilność układu naftowego w warunkach zagrożeń konfliktami w świetle kryzysu w latach siedemdziesiątych XX i na progu XXI wieku*, 2012.
48. Ścigaj Paweł, *Tożsamość narodowa. Zarys problematyki*, 2012.
49. Głogowski Aleksander, *Af-Pak. Znaczenie zachodniego pogranicza pakistańsko-afgańskiego dla bezpieczeństwa regionalnego w latach 1947-2011*, 2012.
50. Miżejewski Maciej, *Ochrona pluralizmu w polityce medialnej Włoch*, 2012.
51. Jakubiak Łukasz, *Referendum jako narzędzie polityki. Francuskie doświadczenia ustrojowe*, 2013.
52. *Skuteczność polskiej prezydencji w Unii Europejskiej. Założone cele i ich realizacja*, red. Krzysztof Szczerski, 2013.
53. *Stosunki państwo–Kościół w Polsce 1944-2010*, red. Rafał Łatka, 2013.
54. Gacek Łukasz, Trojnar Ewa, *Pokoju negocjacje czy twarda gra? Rozwój stosunków ponad Cieśniną Tajwańską*, 2012.
55. Sondel-Cedarmas Joanna, *Nacjonalizm włoski. Geneza i ewolucja doktryny politycznej (1896-1923)*, 2013.
56. Rudnicka-Kassem Dorota, *From the Richness of Islamic History*, 2013.
57. Fudała Piotr, Fyderek Łukasz, Kurpiewska-Korbut Renata, *Budowanie parlamentaryzmu. Doświadczenia z Afganistanu, Iraku i Kurdystanu irackiego*, 2012.
58. Dardziński Piotr, *Kapitalizm nieobjawiony. Doktryna ładu społecznego, politycznego i ekonomicznego w myśli Wilhelma Röpkego*, 2013.
59. *The Taiwan Issues*, ed. Ewa Trojnar, 2012.
60. Kopyś Tadeusz, *Stosunki polsko-węgierskie w latach 1945-1980*, 2013.
61. Kurpiewska-Korbut Renata, *Spółczesność międzynarodowa wobec Kurdów irackich*, 2013.
62. Pietrzyk-Reeves Dorota, *Ład rzeczypospolitej. Polska myśl polityczna XVI wieku a klasyczna tradycja republikańska*, 2012.

63. Matykiewicz-Włodarska Aleksandra, *Marion Gräfin Dönhoff. Idee i refleksje polityczne*, 2012.
64. Reczyńska Anna, *Braterstwo a bagaż narodowy. Relacje w Kościele katolickim na ziemiach kanadyjskich do I wojny światowej*, 2013.
65. *Współczesne transformacje. Kultura, polityka, gospodarka*, red. Monika Banaś, Joanna Dziadowiec, 2013.
66. Grott Olgierd, *Instytut Badań Spraw Narodowościowych i Komisja Naukowych Badań Ziem Wschodnich w planowaniu polityki II Rzeczypospolitej Polskiej na Kresach Wschodnich*, 2013.
67. *Teoretyczne i praktyczne problemy kultury politycznej. Studia i szkice*, red. Monika Banaś, 2013.
68. *Podejścia badawcze i metodologie w nauce o polityce*, red. Barbara Krauz-Mozer, Paweł Ścigaj, 2013.
69. *Narratives of Ethnic Identity, Migration and Politics. A Multidisciplinary Perspective*, eds. Monika Banaś, Mariusz Dziegłowski, 2013.
70. *Promoting Changes in Times of Transition and Crisis: Reflections on Human Rights Education*, eds. Krzysztof Mazur, Piotr Musiewicz, Bogdan Szlachta, 2013.
71. Bar Joanna, *Po ludobójstwie. Państwo i społeczeństwo w Rwandzie 1994-2012*, 2013.
72. *Włochy wielokulturowe. Regionalizmy, mniejszości, migracje*, red. Karolina Golemo, 2013.
73. *Stany Zjednoczone wczoraj i dziś. Wybrane zagadnienia społeczno-polityczne*, red. Agnieszka Małek, Paulina Napierała, 2013.
74. Plichta Paweł, *Estera w kulturach. Rzecz o biblijnych toposach*, 2014.
75. Czekańska Renata, *Wartości autoteliczne w kulturze symbolicznej na przykładzie indyjsko-polskich spotkań literackich*, 2014.
76. Włodarski Bartosz, *Szkoła Nauk Politycznych UJ 1920-1949*, 2014.
77. *Arabska wiosna w Afryce Północnej. Przyczyny, przebieg, skutki*, red. Szczepaniewicz-Rudzka Ewa, 2014.
78. Bajor Piotr, *Partnerstwo czy członkostwo. Polityka euroatlantycka Ukrainy po 1991 r.*, 2014.
79. Gabryś Marcin, Kijewska-Trembecka Marta, Rybkowski Radosław, Soroka Tomasz, *Kanada na przełomie XX i XXI wieku. Polityka, społeczeństwo, edukacja*, red. Marta Kijewska-Trembecka, 2014.
80. Trojnar Ewa, *Tajwan. Dylematy rozwoju*, 2015.
81. Głogowski Aleksander, *Policja Państwowa i inne instytucje bezpieczeństwa na Wileńszczyźnie w latach 1918-1939*, 2015.
82. Krzyżanowska-Skowronek Iwona, *Teorie zmiany na przykładzie włoskiej polityki wschodniej*, 2015.
83. Rysiewicz Mikołaj, *Monarchia – lud – religia. Monarchizm konserwatywnych środowisk politycznych Wielkiej Emigracji w latach 1831-1848*, 2015.





**Jolanta Szymkowska-Bartyzel** – kulturoznawca i filmoznawca, adiunkt w Instytucie Amerykanistyki i Studiów Polonijnych UJ. W swoich badaniach zajmuje się historią i recepcją amerykańskiej kultury w Polsce. Autorka wielu publikacji polskich i zagranicznych dotyczących kultury popularnej, amerykanizacji, antyamerykanizmu, mediów masowych.

Jest to książka, która zabiera czytelnika w fascynującą „wyprawę” po Polskę i polskich umysłach. To nie jest opowieść o prawdziwej Ameryce, ale opowieść o tym, kim jesteśmy i jacy jesteśmy. O tym, jak się zmieniamy. O tym, co myślimy i co czujemy. Jakie mieliśmy i mamy marzenia czy aspiracje. Ta książka to diagnoza stanów umysłu różnych pokoleń Polaków i ich stosunku do Ameryki, jej produktów, do wyobrażeń na jej temat.

Paradoksalnie jest to książka o czymś niezwykle autentycznym, mimo że jedynie wyobrażonym. Jednak ludzkimi działaniami kierują niejednokrotnie właśnie wyobrażenia. Od tego, jak ludzie wyobrażają sobie różne rzeczy, zależy, jaki mają do nich stosunek i jakie podejmują kroki. Pewnie nikt nie jest w stanie powiedzieć, jaka jest Ameryka. Nikt nie potrafi jej idealnie opisać, ale to nie ma w tym przypadku znaczenia. Ważniejsze jest to, co ludzie „budują” w swoich umysłach na podstawie kolorów, zapachów, smaków, obrazów, dźwięków, filmowych bohaterów, fikcyjnych fabuł. To owe wyobrażenia są niejednokrotnie motywem i bodźcem działania. Być może są one zatem prawdziwsze od autentycznej Ameryki, bo to one przez ostatnie sto lat rozbudzały aspiracje i marzenia Polaków.

*Z recenzji dr hab. Małgorzaty Boguni-Borowskiej*



[WWW.AKADEMICKA.PL](http://WWW.AKADEMICKA.PL)