



**Agnieszka Dytman-Stasięko**  [orcid.org/0000-0002-5226-4660](https://orcid.org/0000-0002-5226-4660)

Dolnośląska Szkoła Wyższa  
agnieszka.dytman@dsw.edu.pl

**Justyna Harbanowicz**  [orcid.org/0000-0001-8490-686X](https://orcid.org/0000-0001-8490-686X)

Dolnośląska Szkoła Wyższa  
justyna.harbanowicz@dsw.edu.pl

## SOCNARCYZM, CZYLI CELEBRYCI W PRL-U (NA PRZYKŁADZIE MIESIĘCZNIKA „TY I JA”)

Abstract

### SOC-NARCISSISM (OR SOCIALIST NARCISSISM) – CELEBRITIES IN COMMUNIST POLAND ON THE EXAMPLE OF THE MONTHLY “TY I JA”

The article assumes that during communism time in Poland, especially during the period of increased television development in the Gomułka era (the 60s), there were no political, socio-communicative and cultural conditions for the development of the culture of celebrity and the related phenomenon of narcissistic attitudes of individuals popular in the media. This thesis is confirmed by the content analysis of the monthly “Ty i Ja” published in 1960–1973, considered to be the first Polish lifestyle magazine, presenting the stars of theater, film etc., but these presentations were far from revealing any narcissist features characteristic of contemporary culture or Western culture at the time.

**Keywords:** media in the PRL, lifestyle media, narcissism, celebrities, stars

## Wprowadzenie

Badacze współczesnej kultury zwracają uwagę na fakt, że narcyzm, przy wsparciu mediów, zwłaszcza prasy bulwarowej i mediów interaktywnych, stał się zjawiskiem pandemicznym, ważnym i wartym opisywania elementem współczesnego życia (Olchanowski, Sieradzan, 2011, s. 34). W zmediatyzowanym społeczeństwie mniej ważne jest to, kim się faktycznie jest, bardziej zaś istotne, jaki wizerunek się

wykreuje. Już na początku lat sześćdziesiątych zauważono, że gwałtowny rozwój mediów audiowizualnych sprzyja tworzeniu się kultury, nazwanej wówczas masową (Morin, 1965, s. 9–82), która wytworzyła szczególnie sprzyjający klimat dla rozwoju kultu gwiazd, osobowości narcystycznych i zaspokajania potrzeb partycypacji szerokich rzesz społecznych w świecie dotychczas niedostępnym. Oglądanie tego świata stało się możliwe za pośrednictwem kolorowego szklanego ekranu. Wszystkie te zjawiska i procesy były bez wątpienia obecne w kręgu kultury Zachodu. Pytanie badawcze postawione w tym artykule brzmi: czy kultura i media PRL-u sprzyjały kreowaniu postaw narcystycznych? Jakie czynniki ograniczały narcystyczne tendencje? Czy były wśród nich, prócz tych oczywistych, a więc technologicznych, jeszcze jakieś inne, które mocno hamowały jednostki w skłonnościach narcystycznych?

Magdalena Szpunar (2014, s. 113) pisze, że „kultura narcyzmu promuje i premiuje celebrytów, osoby, które nie posiadają żadnych specjalnych umiejętności, kwalifikacji, nie są ekspertami w żadnej dziedzinie, sama zaś ich medialna widoczność decyduje o ich sukcesie”. Justin Lorentzen (2007, s. 128) podkreśla zaś, że badanie i analizowanie sławy oraz tzw. celebrytizmu wydaje się nieuniknioną konsekwencją rozwoju studiów kulturowych, stawiających na uprzywilejowanej pozycji to, co popularne. Zasadne więc wydało się nam, że aby odpowiedzieć na powyższe pytania, warto przeanalizować zawartość miesięcznika „Ty i Ja”, PRL-owskiego czasopisma nazywanego często pierwszym pismem lifestyle’owym. Poszukiwanie w nim przejawów zjawiska celebrytizmu jest oczywiście trudne, tym bardziej że określenia „pismo lifestyle’owe”, „celebrytizm” czy „celebryta” oraz ich desygnaty nie były w PRL-u znane, choć zjawiska, które zbadałyśmy, wykazują (odległe co prawda) podobieństwo do współczesnego fenomenu medialnej popularności osób z pierwszych stron tabloidów czy portali plotkarskich.

W kulturze PRL-u nie były też intensywnie obecne zjawiska poprzedzające współczesny celebrytizm, takie jak np. hollywoodzki „system gwiazd”, choć – oczywiście – popularność niektórych aktorek i aktorów czy piosenkarek/piosenkarzy pociągała za sobą zainteresowanie przebiegiem ich kariery, życiem prywatnym itd. Wydaje się jednak, że na podstawie analizy zawartości „Ty i Ja” można potwierdzić dość oczywistą tezę: system kultury i mediów doby PRL-u nie sprzyjał kreowaniu postaw narcystycznych, nie lansował gwiazd, nie podsycił zainteresowania ich życiem prywatnym. Naszym zdaniem miały na to wpływ przynajmniej trzy czynniki ograniczające ewentualne postawy narcystyczne jednostek w tym okresie: system medialny, system polityczny, a w tym cenzura i lansowanie socjalistycznego stylu życia, oraz silny jeszcze wtedy kulturowo utrwalony wzór powstrzymywania się od nadmiernego eksponowania swojej osoby, demonstrowania zamożności czy innych powodów do wyróżniania się. Wszystkie te czynniki omówimy na przykładzie „Ty i Ja”.

## 1. Czym jest narcyzm?

Choć każda osoba stanowi indywidualny i niepowtarzalny byt, obdarzony wolną wolą i manifestujący swoją podmiotowość, to żyjąc od narodzin do śmierci w społeczeństwie, podlega ciągłym przemianom zależnym od wpływu otoczenia społecznego i konkretnych jednostek. Relacje, w jakie wchodzi dobrowolnie lub w sposób wymuszony przez wzory kultury, zwyczaje i obyczaje, religię i rytuał czy role społeczne, określają jej miejsce w grupie oraz związane z tym miejscem uznanie i prestiż. Mają one istotny wpływ na jej sposób widzenia świata oraz postrzeganie siebie, a także postrzeganie jej przez innych. Współczesna kultura, określana mianem kultury narcyzmu, może być również charakteryzowana w kategoriach opisywanego przez Guy Deborda (2006, s. 33) „społeczeństwa spektaklu”, w którym „wszystko, co dawniej przeżywano bezpośrednio, oddaliło się, przybierając postać przedstawienia”, a jednostka uczestniczy w tym spektaklu poprzez stosowanie coraz bardziej agresywnych technik *personal branding*<sup>1</sup>.

Jak zwraca uwagę Erving Goffman (2011, s. 41–42), kiedy jednostka pojawia się wśród innych, jej działania „wpływają na tworzoną przez nich definicję sytuacji”. Działania jednostki mogą wynikać z wyrachowania, gdy celem jest uzyskanie takiego wrażenia, które wywoła pożądaną reakcję, ale też zdarza się, że jednostka nie w pełni uświadamia sobie ową chłodną kalkulację, która z punktu widzenia funkcjonalnego i pragmatycznego prowadzi do skutecznej projekcji definicji danej sytuacji. Owo projektowanie sytuacji, odgrywanie roli, tworzenie rzeczywistości odbieranej zgodnie z zamysłem jednostki to swoiste organizowanie widowiska „dla innych ludzi”. Istotne w tym kontekście wydaje się pytanie Goffmana (2011, s. 54): czy odgrywająca jakąś rolę jednostka sama dysponuje owym poczuciem realności, które usiłuje wywołać u innych? Być może należałoby się odnieść w tym miejscu do Baudrillardowskiej teorii hiperrzeczywistości, w której mapa wyprzedza terytorium, a jednostka odgrywająca rolę, aby wyrzucić określone wrażenie, by zyskać podziw ze strony innych, staje się referencjalnym symulakrum, modelem generującym rzeczywistość pozbawioną źródła i realności. Jest to rzeczywistość symulowana, która udaje, że posiada to, czego nie ma (Baudrillard, 2005, s. 8), narcystyczna rzeczywistość iluzji, widowiska organizowanego dla publiczności, która nie może pozostać bierna – powinna unieść lub opuścić symboliczny kciuk. Baudrillard (2005, s. 28) pisze jednak, że „iluzja stała się już niemożliwa, ponieważ sama rzeczywistość jest niemożliwa”.

Charakteryzując kulturę narcystyczną, Christopher Lasch (2015, s. 114) nie neguje istnienia iluzji, zwraca jednak uwagę, że nadmierna ekspozycja na wytworzone iluzje niszczy ich reprezentacyjną moc, iluzja bowiem rozplywa się w „niezwykłej

---

<sup>1</sup> *Personal branding* – strategia marketingowa zakładająca, że jednostka odnosi sukces, jeśli skutecznie zarządza własnym wizerunkiem. Jest to więc zarządzanie osobą w sposób analogiczny do zarządzania marką (por. Mistewicz, 2008).

obojętności wobec rzeczywistości”. Według Lascha (2015, s. 260–261) szkoły, grupy rówieśnicze, mass media oraz „grupy zawodowe niosące pomoc” zakwestionowały autorytet rodzicielski i przejęły wiele z funkcji rodziny opiekującej się dziećmi. Tam upatruje on źródeł kultury narcyzmu. To nie autokreacja ani dbałość o siebie jednostek narcystycznych stanowią ich fundamentalną cechę, jednostki narcystyczne cierpią przede wszystkim na poczucie braku autentyczności i wewnętrznej pustki.

Według Karen Horney (2007, s. 140–141) obronę przed bezradnością i poczuciem własnej nieważności stanowi pogoń za władzą, dążenie do prestiżu. Jest to wynik silnie rozwiniętej potrzeby wywierania wrażenia na innych, a co za tym idzie – zdobywania podziwu i szacunku. Poczucie wartości jednostki narcystycznej zależy od podziwu innych i dramatycznie maleje, gdy owego podziwu zabraknie. Przymus „rozbudowy własnego «ja»” wynika więc z konieczności ochrony przed poczuciem nieważności czy też z konieczności naprawy zdemolowanego poczucia własnej wartości. Ustalenia Horney odnieść można do wniosków Fredericka Rhodewalta (2005, s. 198–201), który analizując narcystyczne pojęcie Ja, powołuje się na badania Roberta Raskina i jego zespołu nad związkiem między narcyzmem a wysoką samooceną. Według Raskina u jednostek narcystycznych upiękuszony, pochlebny obraz własnej osoby oparty jest na poczuciu wielkości (czyli potrzebie bycia podziwianym i uwielbianym), nie zaś na atrakcyjności społecznej (czyli potrzebie bycia akceptowanym przez innych). Co więcej, badania psychologiczne potwierdzają silną reaktywność osób narcystycznych na informacje zwrotne, co pozwala sądzić, że narcystyczna samoocena, choć jest wysoka, to jednak niestabilna, co wiąże się ze zwiększoną troską o wizerunek własny osoby i z nadmierną skłonnością do polegania na zewnętrznych źródłach ocen. Wysokie poczucie własnej wartości jednostek narcystycznych, pożądane lub rzeczywiste, zależne jest więc od skuteczności wywierania wrażenia na innych, a co za tym idzie – wiąże się z wyzwaniem zwrotnej reakcji podziwu i uwielbienia.

Nie sposób nie odnieść się też do sformułowanej siedemdziesiąt lat temu teorii Davida Riesmana (2016, s. 35–49), zaprezentowanej w książce *Samotny tłum*. Riesmanowska typologia społeczeństw wyróżnia ich trzy kategorie: społeczeństwa sterowane tradycją, społeczeństwa wewnątrzsterowne i społeczeństwa zewnątrzsterowne. W społeczeństwach sterowanych tradycją najważniejsze układy życiowe ujęte są w sztywne i szczegółowe reguły przepisów i form przyswajanych w latach socjalizacji. Wskazówki postępowania wpisane są w rytuały, zwyczaje i religię, co nie wymaga rozwijania indywidualnego charakteru, ale zdolności przystosowania się i precyzji w realizowaniu stałych skryptów. W społeczeństwach wewnątrzsterownych źródło owej sterowności jest wewnętrzne w tym sensie, że zostało wpojone przez dorosłych we wczesnym okresie życia, co pozwala kierować działania w stronę „ogólnych, lecz raz na zawsze wyznaczonych celów”. Choć konformizm działania jest również silnie pożądany przez społeczeństwo, to jednak wzrasta rola osobistego wyboru i indywidualnego charakteru. W społeczeństwach zewnątrzsterownych siłą sterującą zachowaniami jednostki są jej współcześni – znani bezpośrednio lub

pośrednio, także przez mass media. Jak pisze Riesman, cele jednostki zewnętrznej mogą się zmieniać pod wpływem współczesnych, ale niezmienny pozostaje „nawyk zwracania pilnej uwagi na sygnały z zewnątrz”. Przystosowanie polega nie na posłuszeństwie względem norm, lecz wynika z wyjątkowej wrażliwości na działania czy pragnienia otoczenia. Człowiek zewnętrzny, narcyz uzależniony od zwrotnych reakcji uwielbienia bądź hejtu, *self-manager* skupiony na kreowaniu samego siebie zgodnie z wymaganiami zewnętrznymi potrzebnymi do osiągnięcia poczucia sukcesu – to charakterystyczne postaci współczesnej kultury masowej. Ważkie wydaje się więc pytanie, jakie terytorium zawiera narcystyczna mapa, ile odniesienia jest w kreowanym znaku, a ile realnej treści w zewnętrznej, atrakcyjnej skorupie.

Słusznie zauważa Magdalena Szpunar (2014, s. 107), że „współczesne społeczeństwo nie tylko umożliwiło narcyzom osiągnięcie rozgłosu, ale także ujawnia i wzmacnia narcystyczne cechy charakteru”. Autorka zwraca również uwagę na bardzo ważną kwestię, zadając pytanie o to, co jest pierwotne: czy to zaburzone jednostki kreują społeczeństwo, czy też odwrotnie – narcystycznie zaburzone społeczeństwo wymusza na jednostce narcystyczne zachowania. Bez względu na to, jakiej odpowiedzi udzielimy na to pytanie, pewne wydaje się, że dzisiejszy świat, dzięki nowym mediom, wzmacnia zachowania narcystyczne. Jak pisze autorka *Kultury cyfrowego narcyzmu*: „W sposób bezprecedensowy w historii nowe media ułatwiają i wzmacniają zachowania egocentryczne” (Szpunar, 2016, s. 181), a następnie dodaje, że narcystyczne inklinacje od zawsze były obecne w kulturze, ale kultura „ucyfrowiona i zmediatyzowana” wyraźnie je wzmacnia i podtrzymuje. Stąd uprawnione wydaje się mówienie już nie o „narcystycznych jednostkach”, ale o „narcystycznym społeczeństwie”, w którym miarą powodzenia jest „efektywne sprzedanie się” (Szpunar, 2016, s. 9). Szpunar (2016, s. 107) wskazuje też, że kultura narcyzmu promuje i premiuje celebrytów, o których sukcesie decyduje obecność w mediach, nie zaś kwalifikacje, osiągnięcia czy talenty. Ich medialna widoczność wynika ze skutecznego *autobrandingu*, rzadko broni jej realna treść.

## 2. Dlaczego w PRL-u nie było warunków sprzyjających rozwojowi narcyzmu?

Okres, w którym wydawano badane przez nas czasopismo „Ty i Ja”, to – w przybliżeniu – okres gomułkowski, nazwany czasem „małej stabilizacji”. Należy zauważyć, że czas ten jest dość szczególny z punktu widzenia rozważanego tematu. Rzeczywistość polska w latach 1945–1989 jawi się dzisiaj w świadomości powszechnej – tak w kraju, jak i za granicą – jako słabo zróżnicowany czas totalitarnego, narzuconego przez Związek Sowiecki reżymu, w którym partia, z nazwy „robotnicza”, utrzymywała w posłuszeństwie społeczeństwo i ingerowała we wszystkie sfery życia.

Ponieważ czyniła to nieudolnie, podporządkowując wszelkie działania utopijnym celom budowy ustroju „sprawiedliwości społecznej”, przy lekceważeniu podstawowych prawideł gospodarowania, Polska z trudem dźwigała się ze zniszczeń wojennych, przeżywała coraz głębszą zapaść cywilizacyjną i technologiczną, a permanentny kryzys ekonomiczny sprawiał, że codzienne bytowanie obywateli stało się walką o przetrwanie. Zapowiadany przez partię komunistyczną czas budowy prawdziwie komunistycznego ustroju coraz bardziej się wydłużał, a horyzont osiągnięcia powszechnego dobrobytu oddalał, wywołując frustrację i cykliczne okresy wybuchu społecznego niezadowolenia. W potocznych dowcipach określano zwalczany przez obóz komunistyczny kapitalizm jako ustrój, w którym niesprawiedliwie dzieli się bogactwo, natomiast w socjalizmie równie niesprawiedliwie dzieli się biedę (Bednarek, 2000, s. 227–233). Lata sześćdziesiąte z różnych powodów odróżniają się od tak ogólnie i stereotypowo rysowanego obrazu historii PRL-u, a i fakt, że czas wydawania „Ty i Ja” zbiegł się właśnie z tym okresem, jest także dość symptomatyczny.

Niektórzy badacze tej epoki w polskiej kinematografii właśnie lat sześćdziesiątych sytuują rozkwit gwiazdorskich karier (choć oczywiście z zastrzeżeniem, iż ówczesne gwiazdy to nie dzisiejsi celebryci) oraz czas „krótkotrwałego rozkwitu perelowskiego systemu gwiazdorskiego” (Jagielski, 2016). W okresie tym następuje też intensywny rozwój mediów w Polsce, szczególnie telewizji. Bez niego trudno byłoby sobie wyobrazić jakiegokolwiek publiczne istnienie. Mimo funkcjonowania czujnej cenzury rozwijał się także rynek prasowy, pojawiły się nowe magazyny ilustrowane, nastąpiło wzbogacenie oferty tematycznej, wzrosły nakłady niektórych tygodników, choć tytuły o największej poczytności (czyli głównie pisma kobiece oraz „Przekrój”) było bardzo trudno kupić (Grzelewska, Habielski, Kozieł i in., 1999, s. 189–190).

Intensywnie rozwijała się w tym czasie telewizja. W 1963 roku odnotowano milionowego abonenta (choć oczywiście odbiorców było więcej – szacuje się, że około 6 milionów), na końcu dekady zarejestrowano już 3,5 miliona telewizorów (Grzelewska, Habielski, Kozieł i in., 1999, s. 279). Wszystkie mass media skoncentrowane były jednak nadal na funkcji propagandowej – nie tak silnie, oczywiście, jak w poprzedniej, stalinowskiej dekadzie, ale jednak „wyrażanie dominującej ideologii przedkładano nad realizację oczekiwań publiczności. Nie dziwi zatem, że władza nie była wtedy zainteresowana produkcją gwiazd” (Jagielski, 2016). Media na ogół nie zajmowały się życiem prywatnym aktorów – ich zdjęcia pojawiały się, co prawda, w prasie, często na okładkach, ale wiadomości o życiu osobistym dozwolano dość skąpo, także w wywiadach; jeśli zaś opinia publiczna dowiadywała się czegoś o sferze pozazawodowej życia popularnych osobistości, to tylko ze źródeł określanych jako „plotkarskie”. Znamienna jest w tym kontekście wypowiedź Ireny Dziedzic, gwiazdy pierwszego okresu telewizji polskiej, która uciniała wszelkie pytania na temat jej życia osobistego krótkim zdaniem: „Z magłem się nie rozmawia”, co tym bardziej podsycalo ciekawość ludzi karmiących się licznymi i coraz bardziej fantastycznymi plotkami na jej temat (Pikulski, 2002, s. 56).



Rynek mediów był w tym okresie silnie skorelowany z polityką, a wzorce postaw, jakie propagował, były wzorcami „człowieka socjalizmu”, nie zaś celebryty. Państwa totalitarne były wyposażone w mechanizmy regulacji treści. Nie chodzi tu jedynie o działalność Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk. W państwach socjalistycznych całość przekazywanych treści miała być zgodna z obowiązującą ideologią. Właściwość tę zauważa Edgar Morin (1965), porównując ze sobą systemy kapitalistyczny i socjalistyczny. W obu wypadkach systemy te chcą zdobyć jak największą liczbę odbiorców, choć różne są tego powody. System prywatny chce przede wszystkim podobać się odbiorcy, by powiększyć swoje zyski, więc będzie bawił, dostarczał niewysublimowanej rozrywki.

System państwowy chce przekonywać, wychowywać: z jednej strony usiłuje propagować ideologię, która może nudzić lub irytować, z drugiej – nie działają na niego bodźce zysku, dzięki czemu może oferować wartości wyższej kultury (...) System państwowy jest sztywny, sztuczny: chce dostosowywać publiczność do swojej koncepcji kultury (Morin, 1965, s. 19).

Nie znajdziemy tu więc żadnego podłoża dla rozwoju zachowań celebryckich czy, skorelowanych z nimi, postaw narcystycznych. „Rozrywka miała być szlachetna, bo wychowawcza, a twórcy i krytycy ramię w ramię podejmowali misję nauczycielską” (Kurz, 2005, s. 18).

Iwona Kurz (2005, s. 128) zwraca uwagę, że system kinematografii socjalistycznej produkował osobowości gwiazdorskie zupełnie inaczej niż kinematografia zachodnia. Tu już na poziomie podejmowanych tematów widać było ingerencję państwa, które odgórnie sterowało masową rozrywką i masową wyobraźnią. Autorka zwraca też uwagę na bardzo istotny dla podejmowanego przez nas tematu szczegół – samo pojęcie „gwiazdy” w prasie owego okresu jest deprecjonowane, opisywane jako zjawisko nietutejsze i nikomu tutaj niepotrzebne. Aktor to człowiek „jak każdy inny”. „Wyróżnianie się” to rzecz zbędna, a wręcz niepożądana. Aktorzy ukazywani są jako ludzie wykonujący po prostu swój zawód. Są jak wszyscy inni obywatele, mają domy, dzieci, kłopoty (także finansowe). Ta niechęć do wyróżniania się jest chyba nie tylko skutkiem przyjęcia egalitarnego, zrównującego wszystkich socjalistycznego modelu życia. W tym wypadku modelowi, narzucanemu przecież społeczeństwu odgórnie i często niechętnie przyjmowanemu, idzie z pomocą tradycja.

Z dużą dozą pewności można założyć, że mieszkańcy PRL-u stanowili riesmannowskie społeczeństwo sterowane tradycją. Owszem – aparat władzy robił wiele, by narzucać nowe wzorce postaw i zachowań, ale przyjmowały się one dość opornie (duża w tym była rola Kościoła, który przez cały ten czas stał na straży tradycyjnych wartości). Niektórzy badacze (Palska, 2009, s. 143) uznają, że dekompozycja starych stylów życia (tych przedwojennych) nie była tak głęboka, jak można by się spodziewać. Wprawdzie aparat propagandy robił wszystko, by społeczeństwo było bezklasowe, laickie i zuniformizowane, ale przywiązanie Polaków do tradycyjnych stylów życia było silniejsze. A owo „wyróżnianie się”, chwalenie się, kreowanie

własnego wizerunku nie było w polskiej kulturze, ani tej tradycyjnej, ani w tej nowej, socjalistycznej, dobrze widziane.

Zbyszko Melosik (2013, s. 100) zwraca uwagę, że dla współczesnej kultury charakterystyczny jest klimat rywalizacji. Rywalizacja zakłada zaś konieczność przedstawiania się z jak najlepszej strony, chwalenia się rzeczywistymi i pozornymi dokonaniami. W omawianym przez nas okresie, przynajmniej w dyskursie publicznym, takie kreowanie swojego wizerunku nie było możliwe – na straży stała tradycja, zawierająca się w przysłowiu: „Kto się sam chwali, tego nikt nie pochwali” (Krzyżanowski, 1969, s. 299), oraz oficjalnie propagowany socjalistyczny model człowieka, zwykłego obywatela, wykonującego z poświęceniem swoją pracę dla dobra ojczyzny, ale także lęk władzy przed indywidualnością, która może „wymknąć się spod kontroli” (Kurz, 2005, s. 130).

### 3. „Ty i Ja” – pierwsze czasopismo „lifestyle’owe”

Miesięcznik wychodził od maja 1960 do grudnia 1973 roku. Skierowany był głównie do miejskiej inteligencji, warto jednak wspomnieć, że odbiorcami byli również mieszkańcy małych miasteczek i wsi, o czym świadczy analiza listów czy ankiet, a także problemy bytowe, poruszane zwłaszcza w pierwszych latach funkcjonowania pisma. Miesięcznik wychodził w nakładzie 50 tysięcy egzemplarzy i kosztował sporo, bo aż 12 złotych. Pierwszym redaktorem pisma był Roman Juryś, który przeszedł do „Ty i Ja” ze stanowiska zastępcy redaktor naczelnej „Zwierciadła” (wcześniej był pracownikiem „Trybuny Ludu”, centralnego dziennika partyjnego). Pomysł na nowe pismo to jego dzieło, ale i jego życiowej partnerki – Teresy Kuczyńskiej, która została szefową działu mody. Magazyn miał wsparcie Ligi Kobiet i to właśnie Alicja Musiałowa, prezeska Ligi wspierająca starania o powołanie pisma, forsowała pomysł, by opracowaniem graficznym periodyku zajął się Mieczysław Berman, cieszący się zaufaniem władzy artysta grafik propagandowy, „twórca komunistycznego idiolektu” (Rypson, 2017, s. 5). Jurysiovi udało się jednak zatrudnić na tym stanowisku młodego, dobrze zapowiadającego się grafika Romana Cieślewicza. Został on dyrektorem artystycznym pisma i nadawał mu graficzny kształt przez wiele lat (projektował okładki także wtedy, gdy nie należał już oficjalnie do redakcji).

„Ty i Ja” było pierwszym pismem na polskim rynku, w którym redaktor artystyczny był osobą równorzędną z redaktorem naczelnym. Redaktorzy przywiązywali niezwykłą wagę do szaty graficznej – tu była ona równoważna z tekstem. Już okładki uwidaczniały odmienną pisma – w odróżnieniu od stron tytułowych innych czasopism, na których pojawiały się fotografie ładnych dziewcząt, w „Ty i Ja” była to zawsze grafika, niekoniecznie związana merytorycznie z treścią numeru. Okładki magazynu projektowali Franciszek Starowieyski, Henryk Tomaszewski,



Jan Młodożeniec, Waldemar Świerzy, a więc wybitni artyści związani z polską szkołą plakatu.

Można chyba zaryzykować twierdzenie, że pismo propagowało nowoczesny, zachodni styl życia. W magazynie wiele było przedruków z pism zachodnich, głównie francuskich. Dział mody właśnie, przede wszystkim francuskiej, stanowił przykład najpierw bezprawnych, później częściowo uzgadnianych zapożyczeń z magazynów zachodnich. Jak wskazywał Tadeusz Rolke, jeden z fotografów „Ty i Ja”, podstawowym sprzętem każdego fotografa były nożyczki, ponieważ najczęściej wycinano zdjęcia z zachodnich czasopism i komponowano własne sesje mody (Pelka, 2007, s. 123). Jedną z podstawowych form graficznych był więc kolaż, bazujący na „wycinankach” z „Elle”, „Marie Claire” i „Jardin des Modes”. Redakcje zagranicznych czasopism udzielały cichego przyzwolenia na ten rodzaj plagiatu, licząc na delikatne uchylene żelaznej kurtyny.

Nie znajdziemy w „Ty i Ja” natrętnego ideologizowania i prosocjalistycznego dydaktyzmu. Twórcy pisma nie chcieli „wdawać się w politykę” i w zasadzie im się to udawało. Formuła magazynu była szeroka: mieściły się tu artykuły popularnonaukowe (w późniejszych latach szczególnie z dziedziny medycyny), przedruki zachodniej literatury, porady, duży dział mody, przepisy kulinarne (często proponujące wykwintne dania kuchni innych narodów), reportaże, streszczenia filmów oraz sylwetki gwiazd teatru i filmu, a także pisarzy, plastyków, muzyków i innych znanych osób z obszaru kultury artystycznej. Sposobom ich prezentacji w magazynie zamierzamy się bliżej przyjrzeć.

#### 4. Kultura narcyzmu i celebryci w „Ty i Ja”

Jak już wyżej wspomniano, zjawisko celebrytizmu było w zasadzie nieznane w Polsce Ludowej, podobnie jak kultura narcyzmu nie dominowała w ówczesnej przestrzeni medialnej. Status „celebryty” uzyskuje się, jak to określił Chris Rojek (2001, s. 17), według trzech rodzajów kryteriów:

- **przynależenia** – wynikającego np. z „wysokiego” urodzenia, koneksji rodzinnych, np. książęta;
- **uzyskania** – dzięki osiągnięciom, talentowi czy umiejętnościom; celebryci z tej kategorii to np. sportowcy, artyści;
- **rzypisania** – celebryci („celetoidzi”), którzy są produktem celowych działań mass mediów i generowanych przez nich pseudow wydarzeń; zwykli ludzie szokujący publiczność medialną, wzmagający sensacyjność mediów.

Jeśli odniesiemy tę typologię do okresu PRL-u, to w naszym opisie możemy odwołać się jedynie do drugiej kategorii – uzyskania. Z powodów politycznych czy szerzej – ideologicznych „wysoko urodzeni” nie mogli stać się bohaterami masowej wyobraźni; „wysokie urodzenie” nie było wysoko cenione w budowanym na

hasłach równościowych ustroju, zdarzało się natomiast często, że traktowano je jako skazę na życiorysie, co przeszkadzało w robieniu kariery. Z kolei ograniczenia technologiczne i ideowo-propagandowe nie pozwalały na promowanie w sposób sensacyjny czy choćby atrakcyjny zwykłych ludzi jako gwiazd. W latach pięćdziesiątych próbowano bez powodzenia lansować bohaterkich przodowników pracy. Niektórzy z nich bywali bohaterami pierwszych stron partyjnych gazet, jak Wincenty Pstrowski, który przypłacił życiem swój wysrubowany rekord wykonania 300 procent normy wydobywania węgla (Jarmułowicz, 2004, s. 239–245). Propagowane przez władzę współzawodnictwo i przodownictwo pracy nie miało szans na wykreowanie „socjalistycznych celebrytów”, ponieważ nie było społecznie akceptowane – wiadano bowiem powszechnie, że służy ono głównie zawiązaniu norm pracy i wymuszaniu większej wydajności produkcyjnej<sup>2</sup>. Zdarzało się wprawdzie, że ktoś z tzw. zwyczajnych ludzi trafił na ekrany telewizorów czy okładki gazet i cieszył się krótkotrwałą popularnością dzięki jakiemś niezwykłemu czynowi, którego dokonał<sup>3</sup>, celebrytizm jednak wymaga podtrzymywania sławy wszelkimi możliwymi środkami. Jest to możliwe wśród aktorów, piosenkarzy czy sportowców, którzy zadowolają zainteresowanie swoją osobą kolejnym sukcesem twórczym czy wynikiem sportowym, a kiedy ich zabraknie, sława szybko mija, zaś oni popadają w zapomnienie, ustępując miejsca kolejnym gwiazdom.

Wiesław Godzic (2007, s. 24) formułuje sześć cech, które definiują zjawisko celebrytizmu:

- publiczny charakter – celebrytą jest tylko ten, kto jest znany szerszemu kręgowi publiczności;
- indywidualność – a więc celebrytą jest nie zespół, a członek owego zespołu;
- medialność – celebryta wykorzystuje media do autopromocji i to media go kreują;
- wolna wola, czyli chęć bycia gwiazdą (z wszystkimi tego konsekwencjami, czyli przede wszystkim zgodą na naruszenie prywatności i krytykę);
- brak dystynkcji amator – profesjonalista: zarówno jedna, jak i druga postać może być celebrytą;
- styl celebrycki – kategoria chyba najważniejsza, czyli pewien określony sposób kreowania swojego wizerunku.

Celebrycki byt warunkowany jest zainteresowaniem mediów, ale też właśnie celebryci tworzą współczesne media. W przestrzeni niekończących się multiplikacji i reduplikacji treści stanowią istotny trybik maszyny przepływu treści. Warto

<sup>2</sup> Wincenty Pstrowski zmarł 18 kwietnia 1948 roku w wieku 44 lat. Jego śmierć była propagandową porażką władzy. O stosunku społeczeństwa do idei reprezentowanej przez Pstrowskiego świadczą krążące wówczas ludowe kuplety i powiedzonka: „Jeśli chcesz iść na Sąd Boski, pracuj tak jak Wicek Pstrowski”, „Wincenty Pstrowski, górnik ubogi, przekroczył normę, wyciągnął nogi” (Dziadul, 2018).

<sup>3</sup> W PRL-u organizowano m.in. plebiscyty na młodzieżowego bohatera roku. Jak podaje Joanna Sadowska, w kolejnych latach w województwie katowickim bohaterami roku zostawali: najmłodszy absolwent Politechniki Śląskiej, milicjant ratujący tonącą turystkę, ekspedientka walcząca ze złodziejem próbującym ukraść dzienny utarg (Sadowska, 2010, s. 112–113).

w tym miejscu przypomnieć, że narcystyczny celebryta, o ile zgadza się na naruszanie prywatności, czy wręcz kreuje publiczne sytuacje pseudoprywatne, o tyle nie jest uodporniony na krytykę, ponieważ żywi się niegasnącą aprobatą i ciągłym aplauzem medialnej publiczności. Spauperyzowana medialna iluzja zastępuje mu rzeczywistość.

W okresie PRL-u, rzecz jasna, żaden z czynników funkcjonowania celebrytizmu nie mógł być spełniony. Nie istniał „przemysł celebrycki”, mediom wyznaczano funkcje propagandowe i skrupulatnie kontrolowano ich wypełnianie, by nie uchybiały pryncypiom ideologicznym, przede wszystkim zaś – by nie lansowały wzorów życia sprzecznych z socjalistycznym etosem (notabene – bardzo zachowawczym, purytańskim i antyindywidualistycznym). Elementy „celebryckiego stylu” mogły być rozpowszechniane właściwie wyłącznie prywatnymi kanałami, przez plotki i mniej lub bardziej fantastyczne opowieści o osobach publicznych. Media nie lansowały w sposób sensacyjny i plotkarski gwiazd i gwiazdek. W czasopiśmie „Film”, w numerze z sierpnia 1947 roku poinformowano czytelników, że „z braku miejsca nie odpowiadamy na żadne pytania nieistotne w rodzaju: ile Duszyński ma lat, czy Żabczyński jest żonaty i gdzie mieszka itd.” (Tomasik, 2014, s. 7). Ale, rzecz jasna, mieliśmy w okresie PRL-u do czynienia z osobami bardzo popularnymi. Stwierdza to wprost dziennikarz Andrzej Kołodyński, właśnie na łamach „Ty i Ja”: „To prawda – pisze Kołodyński – że nie istnieje u nas system gwiazd taki jak na Zachodzie, ale pewne nazwiska są przecież popularniejsze od innych – dzięki telewizji, filmowi, dzięki nagrodom, czy choćby tylko zdjęciom na okładkach kolorowych czasopism” („Ty i Ja”, 06.1971, s. 2).

Można więc powiedzieć, że w okresie Polski Ludowej mamy do czynienia z osobami popularnymi, powszechnie znanymi, które władzały masową wyobraźnią. Dystans pomiędzy nimi a zwykłymi ludźmi był jednak zdecydowanie większy niż dzisiaj. Prasa, radio, film czy telewizja tworzyły idoli, ale równocześnie prawie zupełnie nie dawały pożywki dla czegoś, co ze zjawiskiem celebrytizmu jest ściśle związane – śledzenia życia prywatnego gwiazd, opisywania skandali czy osobistych dramatów. Nie znaczyło to oczywiście, że ludzie nie interesowali się pozazawodowym życiem gwiazd. Zdani jednak byli na plotki, domysły, przekazywane z ust do ust historie. Brak serwisów społecznościowych, nieresponsywność medialna gwiazd i samych mediów (czytelnicy czy radiosłuchacze mogli napisać list do redakcji lub zadzwonić, jeśli należeli do wąskiego grona szczęśliwców mających telefon) zdecydowanie ograniczały celebryckie sposoby kreowania rzeczywistości. Nie ma też żadnych przesłanek do twierdzenia, że ówczesni „celebryci” w jakikolwiek sposób podsycaли zainteresowanie szerokiej publiczności swoimi prywatnymi, pozazawodowymi sprawami lub zabiegali o sławę, której źródło byłoby inne niż sukcesy zawodowe.

„Celebrytów” z „Ty i Ja” podzieliłyśmy na parę kategorii. Pierwszą z nich reprezentują gwiazdy kina i telewizji, ludzie w tym czasie powszechnie znani – i im najbliższe było do figury dzisiejszego celebryty. Na ich wizerunek wpływały nie tylko

artykuły w gazetach, ale i krążące o nich legendy. W magazynie pojawiają się postaci gwiazd kina światowego – jest Brigitte Bardot, Michèle Morgan czy, już w latach siedemdziesiątych, Jane Fonda. Jeśli zaś chodzi o rodzimy grunt, znajdziemy w „Ty i Ja” artykuły o Kalinie Jędrusik, Ninie Andrycz, Alinie Janowskiej, Adamie Hanuszkiewicz czy Tadeuszu Łomnickim. Drugą kategorię stanowią aktorzy również znani, ale jednak nie tak popularni – Stanisława Perzanowska, Kazimierz Rudzki czy początkująca wtedy Maja Komorowska. Kolejną grupę stanowią piosenkarze i piosenkarki – Czesław Niemen, Maryla Rodowicz czy Ewa Demarczyk. I wreszcie grupa ostatnia, która właściwie daleka jest zupełnie od dzisiejszego rozumienia słowa celebryta. Są to szeroko rozumiani ludzie kultury, wybitni mistrzowie w swych dziedzinach: światowej sławy pianistka Regina Smendzianka, kompozytorka i skrzypaczka Grażyna Bacewicz, rzeźbiarka Alina Szapocznikow, baletnica Barbara Bittnerówna. Jest to zdecydowanie najsilniej reprezentowana grupa w miesięczniku (w niektórych rocznikach w każdym numerze przybliża się tego typu sylwetkę).

Jeśli chodzi o gwiazdy kina światowego, są one w „Ty i Ja” reprezentowane bardzo rzadko i w dość powściągliwej formie. W numerze marcowym z 1961 roku pojawia się wprawdzie Brigitte Bardot, ale tylko w związku z jej rolą w filmie *La Vérité* (*Prawda*). Jeśli przedstawia się jakąś informację na temat życia prywatnego, to także w związku z filmem (chodziło o kandydatów do odtwórcy roli męskiej w filmie, na których nie chciał zgodzić się mąż Bardot w związku z jej romansami). Bardotka pojawia się jeszcze raz w tym samym roku, w numerze letnim („Ty i Ja”, 08.1961, s. 31), w którym wspomina się, że dzięki niej wylansowano stroje kąpielowe w kratkę i haft angielski, zaprojektowane przez Madame Vachon. Inna francuska aktorka, może już nie takiego formatu jak Brigitte Bardot, ale jednak także znana – Michèle Morgan – obecna jest w „Ty i Ja” w drugim numerze pisma, czyli w czerwcu 1960 roku. Są to przedrukowane ze szwajcarskiego czasopisma „Sie und Er” wspomnienia aktorki, poświęcone głównie jej kreacjom artystycznym. Informacje o rozwodzie i towarzyszących mu trudnościach są wyjątkowo skąpe, wręcz zdawkowe. Aktorka mówi wprost, a polska redakcja to dodatkowo podkreśla (wycinając jakby z ciągu wspomnień), że o swoim ostatnim, szczęśliwym małżeństwie nie będzie mówić, bo „wielkie szczęście jest sprawą całkowicie intymną i prywatną”. Nieco więcej informacji z prywatnego życia znajdziemy w artykule o Garym Cooperze, zamieszczonym w „Ty i Ja” z powodu śmierci aktora. Tu możemy dowiedzieć się, że od lat jadał tylko mięso z rusztu, owoce i jarzyny, by zachować linię, że był dobrym mężem i ojcem („wyróżniał się domatorstwem”, co podkreśla „Ty i Ja” i co nie jest zgodne z prawdą, bo aktor znany był z licznych romansów), że między jednym a drugim filmem parał się rolnictwem, i wreszcie – że wiadomość o „swych policzonych godzinach zniósł po męsku”.

W 1962 roku pojawia się artykuł o Kalinie Jędrusik („Ty i Ja”, 12.1962, s. 2–6), niekwestionowanej gwiazdzie tamtego okresu, budzącej zainteresowanie szerokiej publiczności niekonwencjonalnymi zachowaniami i odważnymi kreacjami.

Aktorka przyznaje się, że zależy jej bardzo na popularności, cieszy się nią i uważa za naturalny atrybut swojego zawodu. W tekście obecne są dość liczne wątki z życia prywatnego (choć oczywiście daleko im do ekshibicjonizmu uprawianego przez dzisiejszych celebrytów) – Jędrusik wyznaje, że jada tylko śniadania, bo musi schudnąć, że lubi gotować kunsztowne posiłki, że mają ją za bogaczkę, gdy tymczasem razem ze „Stasiem Dygatem bywali często w długach”. Zgadzałoby się to z badaniami Iwony Kurz, która opisując popularnych polskich aktorów tamtego okresu, zwraca uwagę na fakt, że kiedy pytano o ich popularność, nie tylko jej zaprzeczali, ale podkreślali, że brak im atrybutów związanych z gwiazdorstwem w stylu zachodnim, czyli głównie bogactwa (Kurz, 2005, s. 129). Większa część artykułu poświęcona jest jednak, jak sama aktorka to nazywa, „sprawom poważnym”, czyli karierze zawodowej, której artystka nie przecenia, wyznając, że żadnej kariery nie zrobiła, jedynie pracuje „dużo i z wielką przyjemnością”. To jednak najbardziej „intymny” artykuł o osobie popularnej zamieszczony w „Ty i Ja”.

Charakterystyczną rzeczą jest to, że w wywiadach z wszystkimi gwiazdami filmu, teatru i telewizji właściwie zupełnie nie ma pytań osobistych. Podobnie jak nie do pomyslenia było zrobić gwiazdom zdjęcia z ukrycia, a potem je opublikować, tak samo konsekwentnie unikano pytań o sprawy prywatne. Bez wątplenia interesowały one publiczność, ale trzymano się tematów „bezpiecznych” – w tym wypadku karier aktorskich. Próżno w „Ty i Ja” szukać rozważań o rozwodach, nieszczęśliwych miłościach czy nawet dzieciach. Wyjątek stanowią wspomnienia z dzieciństwa – w nich rzeczywiście – ale przecież w sposób naturalny – pojawiają się wątki osobiste, rzadko jednak intymne. Jeśli już – to bardzo dyskretnie: Mieczysława Ćwiklińska, wspominając swoje pierwsze, nieszczęśliwe małżeństwo, zawarte jeszcze w wieku XIX (1897), opowiada o groźbach, jakie rzucał jej mąż podczas kłótni: „Poskromię cię tak, jak poskramia się kobiety i konie!” („Ty i Ja”, 05.1961, s. 4). W pozostałych artykułach – o Ninie Andrycz („Ty i Ja”, 02.1962, s. 2–5), Tadeuszu Łomnickim („Ty i Ja”, 07.1966, s. 2–6), Adamie Hanuszkiewicz („Ty i Ja”, 03.1966, s. 2–5) czy w wywiadzie z Mirą Zimińską („Ty i Ja”, 07.1961, s. 52–55) wątki osobiste nie pojawiają się wcale – dziennikarzy interesuje wyłącznie praca zawodowa artystów. Artyści owi zresztą często podkreślają, że ich prywatny świat należy do nich: „Życie prywatne mam absolutnie prywatne”, mówi w wywiadzie we wrześniu 1963 roku Jan Świdorski („Ty i Ja”, 09.1963, s. 4). Dodaje także, że pytania prywatne, a właściwie odpowiedzi na nie w oficjalnych wywiadach bywają przyczyną małżeńskich nieporozumień. Pytania o sprawy prywatne padają więc niezmiernie rzadko, ale gdy już padają, artyści umieją się przed nimi bronić – kreowana na supergwiazdę PRL-u Barbara Kwiatkowska-Lass, pytana o swoje sny, odpowiada bardzo krótko: „miewam, ale nie będę o nich opowiadać, to moja prywatna własność” („Ty i Ja”, 04.1961, s. 2). Mamy więc z jednej strony dziennikarzy, którzy niezmiernie rzadko pytają o sprawy osobiste, z drugiej zaś – artystów, którzy na te pytania z reguły nie mają ochoty odpowiadać i chronią swoją prywatność.

Jest jeszcze jedna rzecz charakterystyczna, która powtarza się w wielu wywiadach – zarówno u aktorów teatralnych, jak i filmowych, bardziej i mniej znanych. Jest to swoista próba odmitologizowania swojego zawodu. Wspomniany wcześniej Świdorski mówi: „aktorstwo to naprawdę taki sam zawód, jak każdy inny (...) wszystko jest oparte na pracy” („Ty i Ja”, 09.1963, s. 5). Trudno wyrokować, czy gwiazdy tamtego czasu faktycznie nie czuły się wyjątkowe i lepsze od innych, ale bez wątplenia nie okazywały tego publicznie – zupełnie odmiennie niż dzisiaj. Trafnie oddaje to zdanie Krystyny Sienkiewicz: „Cóż to za gwiazda, która wraca do domu z wypełnioną zakupami siatką w rękę”, a wcześniej „też stoi w ogonku” (Sienkiewicz, 2013, s. 160). Brak też u ówczesnych celebrytów tak charakterystycznej dla dzisiejszych czasów chęci bycia autorytetem, wyrocznią, i to zarówno w sprawach aktorskich, jak i od aktorstwa odległych. Dzisiejsza gwiazda, zdobywszy popularność, wyznacza od tego momentu trendy i próbuje kształtować opinię publiczną w sprawach dalekich od jej zawodowej specjalności – na tym właśnie polega jej „celebryckość”. Tego nie znajdziemy w „Ty i Ja”.

Jeśli chodzi o kolejną kategorię, czyli szeroko rozumianych ludzi sztuki, to warto wspomnieć tylko o jednej sprawie. Pytań o sprawy prywatne nie znajdziemy tu wcale, ale i pytania o sprawy zawodowe czasem budzą konsternację. Alina Ślesieńska, rzeźbiarka, mówi: „Pani nie ma pojęcia, jak ja nie lubię takiej «publicity». Jak bardzo żenuje mnie udzielanie wywiadów. Wydaję się sobie pretensjonalną ekshibicjonistką, tak trochę jak handlarzka na ciuchach: rozkłada swój kramik i woła – kupujcie” („Ty i Ja”, 05.1963, s. 2). Podobnie Wanda Laskowska, reżyserka teatralna i telewizyjna, wyznaje, że boi się wywiadów i ma z nimi złe doświadczenia.

## Podsumowanie

Polski odbiorca kultury popularnej lat sześćdziesiątych nie należy jeszcze do opisywanego przez Guy Deborda „społeczeństwa spektaklu”. Bohaterowie masowej wyobraźni przedstawiani na łamach „Ty i Ja” w zasadzie nie odpowiadają definicji współczesnego celebryty, definiowanego jako osoba znana, bo medialnie widoczna, często oglądana na rozkładówkach, ekranach i monitorach. Niewiele również mogą mieć wspólnego z medialną kulturą promowania narcyzmu, kreowania narcystycznej zależnej publiczności, reagującej na każdy przejaw aktywności aktualnego idola, dowartościowującej się w aktywności pozornego dialogu z gwiazdą w mediach społecznościowych. Zarządzanie publicznością, jej emocjami i reakcjami, mogło w zasadzie odbywać się tylko na żywo, w bezpośrednim kontakcie (w czasie spektaklu, koncertu czy nawet na ulicy), nie miało jednak charakteru społecznościowego i interaktywnego. W niektórych przejawach aktywności zawodowej gwiazdy lat sześćdziesiątych mogą przypominać współczesnego celebrytę. Zdecydowanie jednak przeważają różnice: w ówczesnym społeczeństwie sławę mogły zapewnić tylko autentyczne dokonania, poprzedzone ciężką pracą; wzory kultury nie pozwalały



na epatowanie życiem prywatnym, preferowały skromność i niechęć do ferowania opinii na każdy temat, a także zachowanie dystansu jako konsekwencji wypełniania specyficznych ról społecznych (Jasińska, Siemieńska, 1975, s. 237–240).

Jeśli nawet w środowiskach aspirujących do sławy – artystycznych, sportowych czy jakichkolwiek innych – obecne były tak charakterystyczne dla dzisiejszych celebrytów skłonności narcystyczne, graniczące czasem z ekshibicjonizmem lub ekscentryczną chęcią szokowania odbiorców, to w ówczesnych warunkach politycznych, społecznych, obyczajowych i technologicznych nie mogły się one ujawnić. Ustrój socjalistyczny, jak twierdziły władze PRL-u oraz posłuszne im środki przekazu, zlikwiduje źródła społecznych schorzeń i patologii – alienację, anomię, pornografię itd. – trapiące kraje kapitalistycznego Zachodu. Nie będzie też w nim miejsca na błahą rozrywkę i zaspokajanie mało wyrafinowanych potrzeb kulturalnych, a ocena ludzi, zwłaszcza osób publicznych, będzie zależna od ich rzeczywistych dokonań, a nie od kontrowersyjnych prowokacji obyczajowych (Krzemień, 1965, s. 19–26). Gdyby w ówczesnym słowniku istniało słowo „narcyzm”, to zapewne zachowania narcystyczne także zakwalifikowano by jako przejaw upadku burżuazyjnej kultury.

Dopiero zmiana ustroju, swobodny przepływ informacji, permissywizm obyczajowy oraz przyzwolenie na przełamywanie różnorodnych tabu otworzyły bramę dla eksponowania zachowań, których, jak się wydaje, nie zatrzymują dzisiaj żadne tamy. Zniknęły też bariery technologiczne. Rozwój cyfrowych środków rejestracji i przesyłania wszelkich treści umożliwił błyskawiczną multiplikację przekazów na portalach, które zastąpiły prasę brukową, w serwisach społecznościowych, platformach filmowych, blogach itd. Obecną kulturę można określać mianem kultury narcystycznej, ale można też opisać ją jako kulturę fleszu, w której gwiazdy rozbłyskają szybko jak fajerwerki i równie szybko gasną. Nadmiar informacji, często powtarzanych, sprawia, że odbiorca czuje się zagubiony w informacyjnym chaosie. Narcystyczni celebryci, aby utrzymać się na fali, budują specyficzną opowieść transmedialną, „która odsłaniana jest na różnych platformach medialnych, przy czym każde medium ma swój oddzielny wkład w tworzenie i rozwijanie fikcyjnego świata” (Jenkins, 2008, s. 260). Główna aktywność narcystycznego celebryty, uzależniającego swój dobrostan od pozytywnej reakcji publiczności, skupia się właśnie na medialnej autokreacji, na budowaniu mapy, pozbawionej bardzo często jakiegokolwiek terytorium.

Gwiazdy lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych zapewne lubiły grać się w blasku popularności, lecz ich istnienie na arenie publicznej nie było zależne tylko od obecności w mediach plotkarskich, liczby lajków, memów i treści komentarzy. Nie musiały nieustannie podsycać zainteresowania swoją osobą, ponieważ nawet za autokreacją – jeśli do niej czasem dochodziło – kryły się rzeczywiste dokonania czy osiągnięcia, niezależne od kaprysu niestałej publiczności.

## Bibliografia

- Baudrillard J. (2005). *Symulakry i symulacje*, tłum. S. Królak. Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Bednarek S. (2000). *Współczesna refleksja nad dziedzictwem kultury PRL-u* [w:] S. Bednarek, K. Łukasiewicz (red.), *Wiedza o kulturze polskiej u progu XXI wieku*. Wrocław: DTSK Silesia.
- Debord G. (2006). *Spółczesność spektaklu oraz Rozważania o społeczeństwie spektaklu*, tłum. M. Kwaterko. Warszawa: PIW.
- Dziadul J. (2018). *Wincenty Pstrowski – górnik anonimowy*, <https://dziadul.blog.polityka.pl/2018/02/11/wincenty-pstrowski-gornik-anonimowy/> (dostęp: 26.10.2019).
- Godzic W. (2007). *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Goffman E. (2011). *Człowiek w teatrze życia codziennego*, tłum. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Grzelewska D., Habielski R., Kozieł A. i in. (1999). *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Horney K. (2007). *Neurotyczna osobowość naszych czasów*, tłum. H. Grzegołoska. Poznań: Rebis.
- Jagielski S. (2016). „A właśnie, że będę niemoralna”. *Gwiazdy w kinie polskim okresu PRL-u*. „Pleograf. Kwartalnik Akademii Polskiego Filmu”, 4, <http://www.akademiapolskiegofilmu.pl/pl/historia-polskiego-filmu/artykuly/a-wlasnie-ze-bede-niemoralna-gwiazdy-w-kinie-polskim-okresu-prl-u/573> (dostęp: 26.10.2019).
- Jarmułowicz M. (2004). *Przodownika pracy obraz* [w:] Z. Łapiński, W. Tomasiak (red.), *Słownik realizmu socjalistycznego*. Kraków: Universitas, s. 239–245.
- Jasińska A., Siemińska R. (1975). *Wzory osobowe socjalizmu*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Jenkins H. (2008). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Krzemień S. (1965). *Zagadnienia współczesnej kultury*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Kurz I. (2005). *Twarze w tłumie. Wizerunki bohaterów wyobraźni zbiorowej w kulturze polskiej lat 1955–1969*. Izabelin: Świat Literacki.
- Lasch Ch. (2015). *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w czasach malejących oczekiwań*, tłum. G. Ptaszek, A. Skrzypek. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno.
- Lorentzen J. (2007). *The Culture(s) of Narcissism Simultaneity and the Psychedelic Sixties* [w:] A. Gaitanidis, P. Curk (eds.), *Narcissism: A Critical Reader*. London–New York: Routledge.
- Melosik Z. (2013). *Facebook i społeczne konstrukcje narcyzmu (o tożsamości zamkniętej w celi wizerunku)*. „Studia Edukacyjne”, 26.
- Mistewicz E. (2008). *Dekalog świadomego tworzenia image'u*. „Manager Magazin”, 5(40).
- Morin E. (1965). *Duch czasu*, tłum. A. Frybesowa. Warszawa: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.
- Nowa księga przysłów polskich*, t. 1 (1969). J. Krzyżanowski (red.). Warszawa: PIW.
- Olchanowski T., Sieradzan J. (2011). *Wprowadzenie do problematyki narcyzmu. Od klasycznych koncepcji narcyzmu do narcyzmu kultury zachodniej* [w:] J. Sieradzan (red.), *Narcyzm*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Palska H. (2009). *Badania nad stylami życia. Z przeszłych i obecnych badań terenowych* [w:] M. Bogunia-Borowska (red.), *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Pelka A. (2007). *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.

- Pikulski T. (2002). *Prywatna historia telewizji publicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Muza SA.
- Rhodewalt F. (2005). *Umysł społeczny narcyza – poznawcze i motywacyjne aspekty budowania tożsamości poprzez relacje interpersonalne* [w:] J.P. Forgas, K.D. Williams, L. Wheeler (red.), *Umysł społeczny*, tłum. A. Nowak. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Riesman D. (2016). *Samotny tłum*, tłum. J. Strzelecki. Kraków: Vis-à-Vis Etiuda.
- Rojek Ch. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books Ltd.
- Rypson P. (2017). *Czerwony monter. Mieczysław Berman: grafik, który zaprojektował polski komunizm*. Kraków: Wydawnictwo Karakter.
- Sadowska J. (2010). *Sercem i myślą związani z Partią. Związek Młodzieży Socjalistycznej (1957–1976). Polityczne aspekty działalności*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Sienkiewicz K. (2013). *Cacko*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Szpunar M. (2014). *Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu*. „Kultura – Media – Technologia”, 18.
- Szpunar M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków: Wydawnictwo AGH.
- Tomasik K. (2014). *Seksbomby PRL-u*. Warszawa: Wydawnictwo Marginesy.