

LIFESTYLE W PRL

Agata Szydłowska: *„Paryż domowym sposobem. O kreowaniu stylu życia w czasopismach PRL”*. Wydawnictwo MUZA, Warszawa 2019, s. 365.

Książce „Paryż domowym sposobem. O kreowaniu stylu życia w czasopismach PRL” Agaty Szydłowskiej¹ można przypisać wartość analityczną i przeglądową, z których pierwsza jest szczególnie interesująca, ponieważ cechuje ją godna uwagi struktura hybrydyczna. Autorka zderza w niej rozważania i metody typowe dla prasoznawstwa, socjologii, a także historii sztuki oraz designu. Z hybrydy tej wynikają ciekawe, nienazwane wprawdzie przez Autorkę wprost, ale badawczo wyodrębnione tezy dotyczące funkcji prasy „kolorowej” wydawanej w Polsce Ludowej. Książka ta jest jednocześnie jedyną w polskim piśmiennictwie publikacją dotyczącą systemu medialnego PRL, która łączy zagadnienia z zakresu kultury konsumpcyjnej z problematyką bliską prasoznawstwu. Tego typu podejście stanowi wyzwanie, ponieważ w omawianym okresie (Autorka skupia się na latach 1945–1970) kultura konsumpcyjna odnosi się głównie do rzeczy nieosiągalnych, jest więc konsumpcją wyobrażoną, prasa zaś podlega procesowi nieustannych negocjacji treści z cenzorem, a zatem uznawać ją należy za medium agitacyjne. Recenzowana monografia posiada również wartość przeglądową. Autorka zapoznaje czytelnika z ogólną charakterystyką czterech najbardziej reprezentacyjnych czasopism wydawanych w PRL (*Przekrój*, *Przyjaciółka*, *Kobieta i Życie*, *Ty i Ja*). Dokonując ich charakterystyki, oprowadza niejako czytelnika po redakcjach pism (prezentuje twórców, omawia problematykę, analizuje wymowę graficzną), a finalnie snuje refleksję nad udziałem tych redakcji w organizowaniu polskiej kultury konsumpcyjnej.

Opracowanie składa się z pięciu rozdziałów, z których pierwszy dotyczy charakterystyki prasy w PRL i możliwości rozwoju konkretnych pism w kontekście realizowanej polityki prasowej. Autorka ocenia *Przekrój* jako pismo najlepiej radzące sobie z przemycaniem niepropagandowych treści. Magazyn ten, utrzymany w konwencji żartu i prezentujący kolaż treści poważnych i rozrywkowych, miał potencjał dotarcia do nowej klasy społecznej – „inteligencji w pierwszym pokoleniu”. W rozdziale

1 Agata Szydłowska jest doktorem nauk humanistycznych w zakresie etnologii, adiunktem na wydziale wzornictwa warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych.

drugim, omawiającym odbiorców badanych pism, Autorka znów faworyzuje *Przekrój*, przypisując mu wyjątkowe cechy adaptacyjne: redaktor naczelny pisma Marian Eile potrafił uprzystępnić treść w taki sposób, by była zrozumiała dla sprzątaczk, profesora uniwersytetu, a nawet ministra. Na tle *Przekroju* magazyny kobiece wypadają u Szydłowskiej przeciętnie – *Kobieta i Życie* jest pismem, którego nie wstydzą się czytać jedynie gospodynie domowe i urzędniczki, *Przyjaciółka* mimo milionowego nakładu kierowana jest wyłącznie do klasy ludowej, *Ty i Ja* zaś skupia wokół siebie „wymyślaną klasę średnią”, niemającą możliwości realizowania stylu życia, do którego aspiruje.

Trzeci rozdział traktuje o zależnościach między prasą a decyzjami władzy partyjnej, skupionej wokół Biura Prasowego KC PZPR. Autorka ukazuje te relacje jako pełne sprzeczności. Wypada wskazać na dwa przykłady ilustrujące tę tezę. Pierwszym z nich jest decyzja o zaprzestaniu wydawania magazynu *Ty i Ja* w momencie, kiedy na dobre rozwinął się gierkowski „boom konsumpcyjny” i pojawił się PEWEX; drugim próba uczynienia z prasy kobiecej oręża do walki z klerykalizmem, w sytuacji gdy największą sprzedaż magazyny kobiece osiągały na wsiach, gdzie wspólnoty kościelne były determinantem życia społecznego.

Ostatnie rozdziały monografii zawierają omówienie rozwiązań koncepcyjnych czasopism, ich warstwy wizualnej oraz potencjału graficznego. Autorka wyjaśnia i ilustruje przykładami takie pojęcia jak „grafika niedoboru”, „miniaturyzacja prasy”, „gazeta w miniaturze”, przypomina, jak powołano pierwsze w kraju stanowisko dyrektora artystycznego. Konkluzją tych rozważań jest stwierdzenie, że warstwa wizualna ukazującej się wówczas prasy „wyrażała tęsknotę za przedwojennym, wyobrażonym przytulnym światem”, nie miała jednak nic wspólnego z celebrowaniem przeszłości (s. 274). Jej celem było przedrzeźnienie poważnego medium (to w przypadku *Przekroju*) albo stworzenie pozoru obfitości (przykład magazynu *Ty i Ja*).

Przechodząc do omówienia analitycznej wartości publikacji „Paryż domowym sposobem...”, warto zaznaczyć, że zawiera się ona w dowodzeniu konkretnych funkcji prasy magazynowej, czy też lifestyle’owej wydawanej w Polsce Ludowej (Autorka nazywa ten segment prasą „kolorową”, za co sama siebie gani świadoma, że w warunkach powojennych termin ten oznaczał użycie maksymalnie trzech, czterech barw). Nie są to badania *sensu stricto* prasoznawcze, Autorka prezentuje nam raczej przegląd omawianych już wielokrotnie wątków dotyczących konkretnych tytułów prasowych, interpretuje je jednak na nowo, wspomagając się klasycznymi monografiami medioznawczymi (Zofia Sokół, Justyna Jaworska), literaturą popularno-naukową (Andrzej Klominek), badaniami socjologicznymi (Małgorzata Fidelis) oraz kwerendą archiwalną i wywiadami. Ciekawe są liczne odwołania do opracowań Davida Crowley’a, badacza kultury materialnej socjalizmu, którego zainteresowania, podobnie jak u Szydłowskiej, koncentrują się wokół historii dizajnu i jego społecznego wymiaru. Te zabiegi metodologiczne prowadzą Autorkę do zestawienia ze sobą czterech tytułów prasowych, których spoiwem jest nie tyle okres wydawniczy, co ich wspomagający charakter. Ramy czasowe (1945–1970) nie są w tym kontekście najistotniejszym kluczem, zawierają w sobie przecież

wiele historycznych doświadczeń i reorientacji, decydujące jest za to rozpoznanie wspólnych dla tych pism wątków tematycznych, które sprawiły, że prasa w PRL stała się przede wszystkim organizatorem. Funkcja ta skupiona była wokół dwóch zasadniczych problematyk: objaśniania, jak odnaleźć się w nowych realiach społecznych, oraz pomagania w zrozumieniu niestabilnej powojennej polityki. Organizacyjne przeznaczenie prasy można uznać w znacznej mierze za rezultat szeroko pojętych przeobrażeń powojennego świata. Mowa tu o przesunięciu granic obyczajowych, wymianie elit, zaniku ziemiaństwa na skutek reformy rolnej, awansie klas ludowych. Realizacja tych postulatów przebiegała dwutorowo. Po pierwsze redakcje omawianych pism siliły się na dostarczanie możliwie szerokiego zasobu wiedzy praktycznej. W *Przekroju* pojawiła się rubryka Janiny Ipohorskiej „Demokratyczny savoir-vivre”, rozwijał się dział mody Barbary Hoff, w *Ty i Ja* Felicja Uniechowska prowadziła cykl „Moje hobby to mieszkanie”. Prasa kobieca zaś (*Kobieta i Życie* oraz *Przyjaciółka*) niemal w całości złożona była z porad i instruktaży. Kolumny te wpisywały się w znaną z prasy kolorowej kulturę ekspercką, uwidaczniały też symboliczny charakter wielu form dziennikarskich. Moda prezentowana była jako wytchnienie, swoista ulga po koszmarze wojny, a materiały o urządzaniu mieszkań demonstrowały nowy model rodziny, w których gwarantem wyzwolenia kobiety jest otwarta na salon kuchnia.

Inną funkcją prasy magazynowej, silnie eksponowaną przez Autorkę książki „Paryż domowym sposobem...”, jest dostarczanie wspólnego doświadczenia. Prasa jest w tym ujęciu prezentowana jako element arcyważnego projektu tożsamościowego, w którym tożsamość bazuje na wyborze określonego stylu życia. Autorka nie boi się nazwać wybranych przez siebie pism mianem lifestyle’owych, podkreśla też, że termin ten nie powinien być uzurpowany dla określania wyłącznie współczesnych magazynów. Prezentowany na łamach pism styl życia jest przecież nieodłącznym elementem konsumpcji, który pozwala odróżniać klasy społeczne i nie jest on uzależniony od konkretnego okresu historycznego. Nie inaczej miała się więc sprawa eksponowania tematyki lifestyle’owej w *Przekroju*, *Kobiecie i Życiu*, *Przyjaciółce*, czy magazynie *Ty i Ja*. Rozróżnienie klasowe nie miało jednak w przypadku tych pism charakteru jedynie materialnego, chodziło tu głównie o przyswojenie odpowiednich przyzwyczajzeń i poglądów, a także skonstruowanie postulatu, że jeśli konsumpcja jest niemożliwa z powodu braków zaopatrzeniowych kraju, droga awansu społecznego wiedzie przez prasę. Wspólne doświadczenie niematerialne wyrażało się więc w sprzeciwie wobec przeszłych czasów i potępianiu przedwojennej elitarności, a niekiedy w walce z siermiężną codziennością Polski Ludowej. Przykładów warto wymienić kilka. Po pierwsze, w rubrykach modowych proponowano stworzenie nowego postulatu językowego, który uczyniłby konkretne elementy odzieży bardziej egalitarnymi. W ten sposób, dzięki listom do redakcji, na łamach *Kobiety i Życia* (wówczas pismo ukazywało się jako *Moda i Życie*) powstała *podomka*, a w *Przekroju* ukuto nową nazwę na alternatywną wobec marynarki kurtkę – *wdzianko*. Poza modą również urządzanie mieszkań stanowiło sposobność do kontestowania rzeczywistości. Ten wątek warto zilustrować artykułami Felicji Uniechowskiej z *Ty i Ja* protestującej przeciwko kupowaniu

mebłocienek, które zdawały się „ważniejsze od ludzi, bo zabierały im całą przestrzeń życiową”, a także adaptowaniu klitek mieszkalnych na przedwojenne salony. Kolejnym elementem różnicującym tożsamość były obyczaje. Na łamach *Przekroju* ukazywały się na przykład rozmowy Lucynki i Paulinki, które dywagowały na temat postępu i staroświecczyny. Organizowano też rozmaite akcje czytelnicze, z których najbardziej znaną okazał się sprzeciw wobec staromodnego całowania kobiet w ręce. W tym miejscu rzetelnie będzie, jeśli wytknę Autorce, że przypisała prowadzenie tej akcji wyłącznie *Przekrojowi*, podczas gdy tuż po wojnie *Moda i Życie* jako pierwsza podjęła ten temat na swoich łamach, inicjując kilkuodcinkowy cykl z udziałem czytelników i ekspertów.

Warto podkreślić, że w swoich rozważaniach autorka zaznacza również porozumienie między „formą polską” a „nowoczesnością”. Nie przedstawia kreowania w mediach nowej tożsamości powojennej wyłącznie poprzez negację zaszłości, sytuuje ją raczej na granicy tych dwóch pojęć. Prasie wyznacza poza tym także funkcję edukacyjną, osadzoną w kontekście kulturotwórczym. Jej główną zasadą jest kreowanie kursów, którymi powinni w zależności od swoich możliwości, kroczyć czytelnicy. W tym duchu *Przekrój* oraz *Ty i Ja* przemyślały na polskie łamy ambitne zachodnie treści (w postaci przedruków tekstów, wycinków), a *Przyjaciółka* prowadziła kursy czytania i pisania. Wykształcenie odbiorcy, który miałby od gazety nauczyć się określonego stylu życia, było możliwe dopiero dzięki pracy u podstaw redaktorów, zdających sobie sprawę z różnorodności swoich czytelników.

Niezaprzeczalną wartością tej części pracy są wszelkie próby wydobywania na światło dzienne elementów zakulisowych konstruowania prasy w okresie Polski Ludowej, i w tej analizie autorka okazuje się szczególnie wnikliwym badaczem. Przykładem niech będzie – nie jedynym zresztą w publikacji – kiedy Szydłowska koryguje ustalenia dotyczące propagandowego charakteru rubryk z listami czytelników *Przyjaciółki*. Nie poprzestaje w tym wątku na cytowaniu klasycznych prac prasoznawców i historyków, lecz sięga głębiej – do archiwum i raportów Biura Prasy KC PZPR oraz wspomnień redaktorów, dzięki którym udaje się wyjaśnić, że dziennikarki świadome fatalnej sytuacji kobiet i rozdźwięku między ich codziennymi problemami postulowanymi w listach, a tymi prezentowanymi wewnątrz pisma, niejednokrotnie narażały się władzy, domagając się rzetelnej selekcji czytelniczej korespondencji.

Podsumowując, spośród postulatów autorki dwa należy uznać za kluczowe. Pierwszym z nich jest przeświadczenie, że prasa stanowi przestrzeń zmian społecznych, ma istotną moc sprawczą, zwłaszcza w konstruowaniu nowych stylów życia, tożsamości, powiązań. Drugi postulat ma mniej dynamiczny charakter i dotyczy problemu fragmentarycznej interpretacji filozofii prasy lifestyle'owej. Dla wielu nie jest ona nośnikiem wartości symbolicznej, ani pamięci o czasie. Tymczasem książka Agaty Szydłowskiej dowodzi, że historia prasy magazynowej może być nieustannie studiowana, a dzięki temu dostarcza ona nowych kontekstów współczesnej interpretacji mediów.