

Organizacje idealne. Tworzenie mitów przedsiębiorstw Polski Ludowej z wykorzystaniem pomników

Marcin Laberschek  <https://orcid.org/0000-0002-1081-5073>

Uniwersytet Jagielloński
e-mail: marcin.laberschek@uj.edu.pl

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Źródła finansowania publikacji/Funding acknowledgements: brak źródeł
Polityka open access/OA policy: artykuł dostępny na podstawie licencji CC BY 4.0
Informacja o konflikcie interesów/Conflict of interest: brak konfliktu interesów

Sugerowane cytowanie artykułu: Laberschek Marcin (2022). Organizacje idealne. Tworzenie mitów przedsiębiorstw Polski Ludowej z wykorzystaniem pomników. *Zarządzenie w Kulturze*, 23(2), 187–216.

Abstract

Ideal Organizations: Creating Myths of Enterprises through Monuments in Communist-Era Poland

Myths are messages that shape people's imaginations, determine how they perceive the world, and shape their attitudes and behaviors. Monuments are an important source of myths. In communist-era Poland, they gave enterprises a special social status. The aim of this paper is to identify the myths hidden behind such monuments and to point to the ideas about workplaces which they fostered. Appropriate research has been carried out to achieve this goal, identifying monuments to enterprises erected in communist-era Poland, collecting stories related to them, and carrying out an analysis of the assembled data. Thanks to the analysis, it has been possible to distinguish five categories of myths: 1) greatness and perfection, 2) breaking down barriers, 3) heroism and tragedy, 4) inspiration and afflation, and 5) social mission. It has also been found that these myths created the image of an ideal socialist organization in people's imaginations.

Keywords: monuments to organizations, monuments to enterprises, industrial heritage, heritage management, enterprises in communist-era Poland

Wyobraźnia, mit, przesłanie

Życie ludzkie zanurzone jest i toczy się jednocześnie w dwóch sferach: w świecie materialnym i w wyobraźni. Jeśli w świecie fizycznym człowiek podejmuje określone działania, związane choćby z pracą, życiem domowym czy czasem wolnym, to jednocześnie w wyobraźni kontroluje te działania, dokonuje ich oceny i udoskonala je. Sfery te wzajemnie się komunikują i regulują. O ile świat materialny stosunkowo łatwo zrozumieć, gdyż poznaje się go empirycznie i traktuje obiektywnie, o tyle świat wyobraźni wydaje się czymś bardziej skomplikowanym. Warto zaznaczyć, że

nie chodzi tutaj o wyobraźnię popularnie rozumianą jako potencjał twórczy człowieka, jego zdolności kreatywne czy generowanie nowych pomysłów. Chodzi raczej o wyobraźnię jako pewnego rodzaju przestrzeń, wewnętrzny świat człowieka wraz z wyobrażeniami, którymi ten świat jest wypełniony. Wyobrażenia to z kolei subiektywne twory, mniej lub bardziej czytelne projekcje idei, marzeń, wartości i uczuć, którym jednostka nieustannie „przygląda się”, gdyż pełnią one funkcję wskazówek, w jaki sposób funkcjonować w świecie materialnym, np. jak rozwiązywać problemy, jak zachowywać się w określonych sytuacjach, co warto powiedzieć innym. Zalegające w wyobraźni wyobrażenia powstają na bieżąco w trakcie życia człowieka pod wpływem rozmaitych czynników zewnętrznych. Niektóre z nich są bardziej trwałe i długo pozostają w wyobraźni, inne są nietrwałe: są zastępowane kolejnymi lub zmieniają swoją postać. Zmiany te mogą być niewielkie lub radykalne.

Wyobrażenia mają charakter jednostkowy oraz wspólnotowy. To znaczy, że posiada je każdy człowiek, a także są wspólne określonym grupom społecznym, podzielane przez członków tych grup. Znaczenie tych drugich podkreślał Émile Durkheim, twierdząc, że „życie społeczne składa się w całości z wyobrażeń” (Durkheim 2000: 5), które wynikają z doświadczeń ludzi ze wspólnotą oraz kształtują relacje społeczne. Można powiedzieć, że „wyobrażenia zbiorowe”, jak je nazwał Durkheim (Rekeść 2019), są „ramami odniesienia nakładanymi przez społeczeństwo na rzeczywistość, które w pewnym sensie zakrzywiają tę rzeczywistość” (Laberschek 2020: 327). Mówiąc w dużym skrócie, wyobrażenia zbiorowe powodują to, że świat, w którym człowiek żyje na co dzień, pojmowany jest poprzez te wyobrażenia. Są one zatem czymś w rodzaju filtra postrzegania rzeczywistości, przez co wpływają na zachowania i postawy ludzi w sytuacjach, w których się znaleźli. Zbiorowe wyobrażenia są niematerialnym fundamentem i spoiwem grup społecznych. Powodują to, że wszyscy przedstawiciele wspólnoty zachowują się podobnie, w sposób przewidywalny i akceptowalny przez innych. Wyobrażenia utrzymują porządek społeczny, jeśli oczywiście są podzielane przez członków grupy.

Zasadniczą rolę w utrzymaniu porządku społecznego i w regulowaniu wyobrażeń odgrywają mity. Istnieje wiele rozmaitych definicji mitów, a użycie tego pojęcia w różnych dziedzinach nauki jest „zmiennie i nieustalone” (Tillich 1991: 158). W naukach społecznych można wyodrębnić dwie perspektywy w tym zakresie: obiektywną i subiektywną (Laberschek 2019a). Pierwsza z nich mówi o tym, że mitami są: „występujące w każdej społeczności symboliczne opowieści o istotach o metafizycznej naturze” (Laberschek 2019a: 146). Druga natomiast pojmuje mit jako kulturowy twór, niematerialny konstrukt, który wytworzyła określona wspólnota na przestrzeni czasu. W tym drugim ujęciu mit nie ma postaci materialnej – nie jest określoną treścią, zapisem czy przekazem ustnym w formie opowieści – jest natomiast systemem znaczeń, który powstaje na skutek przekazywanych przez ludzi treści. W niniejszym artykule przyjmuję jednak inny, pośredni punkt widzenia. To znaczy traktuję mit jako coś, co zajmuje miejsce pomiędzy obiektywnie istniejącym

przekazem a niematerialną wyobraźnią, oraz jako coś, co jednocześnie łączy te dwie sfery. Ten punkt widzenia wynika z tego, że ten sam mit może występować pod różnymi postaciami. Mit nie jest bowiem jednym konkretnym rodzajem literackim (Klik 2016: 41): może przyjmować różne formy narracyjne i mieć odmienne kompozycje tekstu. Poza tym mit może wyrażać się nie tylko poprzez literaturę, ale też inne formy twórcze (Eliade 1998) – w tym malarstwo, rzeźbę, teatr, film czy muzykę – oraz symbole. Mit nie ma zatem przypisanej na stałe żadnej postaci materialnej. Zараzem jednak nie jest czymś całkowicie transcendentnym, on tylko odsyła do sfery znaczeń, prowadzi do niej. Podkreślał to Joseph Campbell, wskazując, że „mity są kluczami do duchowych możliwości ludzkiego życia” (Campbell 2019: 23). Klucze to nie tylko wskazówka jak trafić do świata wyobraźni, one również otwierają drzwi do tego świata, a otwierając je, jednoczą *sacrum* z *profanum*. Dlatego też w niniejszym artykule mity nie są nazywane ani opowieściami, ani wyobrażeniami, są natomiast traktowane pośrednio i opatrywane nazwą przesłań. Przesłania bowiem z jednej strony zawarte zostały w rozmaitych opowieściach, z drugiej strony w przesłaniach kryją się określone zestawy wyobrażeń; przy czym przesłania same w sobie nie są opowieściami, ponieważ nie mają z góry określonej formy, nie są także wyobrażeniami, gdyż to przesłania tworzą wyobrażenia.

I właśnie tak rozumiane mity porządkują (organizują) życie społeczne. Mity jako przesłania informują bowiem ludzi i tworzą wyobrażenia tego, co jest ważne, czym jest dobro, jakie są najważniejsze wartości, kim jest człowiek, czy też jakie jest jego miejsce na świecie i zadanie do wykonania – dotyczą tych i wielu innych istotnych aspektów życia. Lista tych elementów może być długa, jednak wszystkie one tworzą pewien mechanizm, który pozwala funkcjonować każdemu człowiekowi pośród innych ludzi i natury. Tak rozumiane mity nie muszą więc przyjmować postaci wyłącznie świętych opowieści, w których bohaterami są nadprzyrodzone postaci. Ważne przesłania odnaleźć można też w wielu współczesnych przekazach dotyczących autentycznych osób. Jednocześnie oddziaływanie społeczne mitów nie zawsze musi być korzystne dla ludzi, do których są one skierowane. Niektóre z mitów, zwłaszcza te związane ze światem mediów i reklamy, mogą być świadomie preparowane przez ich twórców po to, by sterować ludzką wyobraźnią, a docelowo organizować życie społeczne według odgórnie przyjętych założeń, jednak niekoniecznie zgodnych z oczekiwaniami ludzi. To, co jest postrzegane jako ważne dla ludzi, może być wykreowane w sposób sztuczny dzięki mitom. Ważne nie zawsze jest tym samym, co pozytywne.

Mity w świecie zarządzania

Artykuł ten poświęcony jest mitom tworzonym przez przedsiębiorstwa i wokół przedsiębiorstw działających w okresie Polski Rzeczypospolitej Ludowej. Celem nie jest jednak identyfikacja i omówienie wszystkich mitów polskich zakładów pracy tego okresu, ale wyłącznie tych, które były tworzone przy wykorzystaniu pomników. Pomniki, podobnie zresztą jak i wiele innych obiektów stojących w przestrzeni publicznej, zawierają bowiem w sobie symboliczne przesłanie, którego celem jest kształtowanie wyobraźni ludzi. W przypadku organizacji chodzi o monumenty kształtujące wyobraźnię pracowników i jej otoczenia społecznego. Mając to na uwadze, postawiłem zasadnicze pytanie badawcze: Jakie przesłania (mity) kryją się za pomnikami przedsiębiorstw Polski Ludowej? Sformułowałem też dodatkowe pytania: O czym te obiekty informują? Jakie wyobrażenia o przedsiębiorstwach i przemyśle kształtowane są dzięki pomnikom?

Opracowanie wpisuje się w perspektywę humanistyczną nauk o zarządzaniu, a przede wszystkim w nurt antropologii organizacji, historii przedsiębiorczości (*business history*) (Górski 2018) oraz zarządzania w kulturze, i podejmuje tematykę pomników przedsiębiorstw (czy szerzej: organizacji) i mitów organizacyjnych, łącząc te dwa pola zainteresowań. Rozważania na temat pomników i tworzonych przez nie mitów prowadzone są w świetle wykorzystywanych na gruncie nauk o zarządzaniu i wyodrębnionych przez Gibsona Burrella i Garetha Morgana (2005) dwóch paradygmatów: interpretatywnego i radykalnego humanizmu, zwanego również postmodernizmem (Sułkowski 2013; Laberschek 2018). Są to paradygmaty subiektywistyczne, zakładające, że człowiek żyje w świecie wytworzonych społecznie znaczeń, co oznacza, że obraz tego świata jest taki, jaka jest wiedza o nim. Nie ma zatem możliwości poznania obiektywnej (pozaludzkiej) rzeczywistości, można odkryć tylko ludzką perspektywę, która, biorąc pod uwagę wpływ czasu, jest niestabilna i zmienna. Z punktu widzenia paradygmatu radykalnego humanizmu ta „ludzka perspektywa” może być dla jednostki rodzajem pułapki (Kostera 2003), ponieważ traktowana jest jako obiektywna rzeczywistość, a nie wytworzony konstrukt. Człowiek może nie być więc świadomy potencjalnej manipulacji. Ten punkt widzenia daje odpowiednie możliwości poznawcze w kontekście głównego tematu i zarazem przedmiotu badań, czyli kreowanych przez mity zbiorowych wyobrażeń. Niektóre z mitów mogą być bowiem dla człowieka wspomnianymi pułapkami, choćby przytoczony przez Łukasza Sułkowskiego mit postępu bazujący na „bezkrytycznym dążeniu do racjonalności prowadzącym do instrumentalizacji rozumu przeciwko człowiekowi” (Sułkowski 2012: 120). Podobnie będę podchodził do wytwarzanych przez pomniki mitów o zakładach pracy działających w PRL-u.

O ile, z punktu widzenia nauk o zarządzaniu, temat pomników przedsiębiorstw jest nowy, o tyle tematyka mitów w organizacji jest stosunkowo mocno eksploatowana i obejmuje wiele wątków. W zależności od przyjętej perspektywy mity związane

z funkcjonowaniem organizacji mają różne postaci, odmienne są ich źródła, przedmioty zainteresowania oraz odbiorcy, inne również przypisuje się im zadania. Jeśli chodzi o postać (formę), to część badaczy postrzega mity jako różnego rodzaju opowieści i podchodzi do nich podobnie jak do dawnych mitów traktujących o bóstwach i innych nadprzyrodzonych postaciach. Ponieważ działalność współczesnych organizacji jest jednak mocno zrjonalizowana, toteż opowieści związane z zarządzaniem przyjmują formę formalną, zdesakralizowaną. Rolą badacza jest przełamanie tej racjonalnej warstwy mitu i odsłonięcie głębszego, transcendentalnego sensu (Kostera, Śliwa 2012). Identyfikuje się też inne mity organizacyjne w formie opowieści, które jednak nie odwołują się do nadnaturalnej rzeczywistości. Traktuje się je wówczas jako rodzaj „zmyślonej opowieści, błędnego niesprawdzonego przypuszczenia lub przesądu” (Sikorski 2019: 10). Poza opowieściami status mitów w zarządzaniu mają modele lub idee naukowe, choćby ekonomiczne, jak koncepcja *homo oeconomicus* czy niewidzialna ręka rynku (Sedláček 2012). Dla jeszcze innych badaczy mit nie jest ani opowieścią, ani ideą, a pewnym wzorem, zgodnie z którym działa organizacja (Bowles 1989). Są to mitologie codzienności (Napiórkowski 2019), czyli niewidoczne mechanizmy, które determinują życie ludzi w organizacjach.

W pracach na temat mitów związanych ze światem zarządzania pojawiają się też odmienne źródła mitów. Iskrą „dającą życie” mitom organizacyjnym mogą być ludzie, np. menedżerowie (Hatch et al. 2005; Sikorski 2019), ale też pracownicy, klienci, pośrednicy i inne osoby. Źródłem mogą być także książki-poradniki zawierające zestaw zmitologizowanych porad dla zarządzających organizacjami (Furusten 1995). Mity generowane są również poprzez reklamę (Czeremski 2016), marki (Sikorski 2019), czy w ogóle działalność marketingową (Napiórkowski 2019). Badacze zwracają również uwagę na zróżnicowanie tego, co jest przedmiotem zainteresowania mitologii organizacyjnych, czyli kto lub co jest mitologizowane. Mogą to być ludzie, ale też ich umiejętności oraz różnego rodzaju przymioty, takie jak zdolności przywódcze (Kostera 2008). Mogą to być także idee, które napędzają działalność organizacji i wskazują jej kierunek rozwoju, np. technofilia (Eriksson-Zetterquist 2008). Wreszcie w centrum zainteresowania mitów mogą leżeć całe organizacje, które są w ten sposób „obdarzane szczególnym, graniczącym ze świętością statusem lub przypisywane są im nadnaturalne właściwości” (Kostera 2010: 31). Adresatami mitów organizacyjnych są ludzie – z jednej strony ci, którzy współtworzą organizację, np. pracownicy czy kadra kierownicza, z drugiej ci, którzy stanowią jej otoczenie, np. klienci lub konkurencja. Wreszcie w literaturze przedmiotu mitom przypisuje się różne zadania. Najczęstsze stanowisko jest takie, że mity, kształtując wyobraźnię ludzi związanych z organizacjami, mają pomóc im „lepiej zrozumieć i poznać zjawiska wykraczające poza instrumentalny umysł” (Kostera, Śliwa 2012: 193); w ten sposób „oswajają” ich z miejscem pracy, wprowadzają ład i wskazują jak radzić sobie w trudnych, niejasnych sytuacjach. Innym zadaniem mitów wskazywanym w literaturze jest manipulacja. Wiąże się to ze wspomnianym oddziaływaniem

mitów na ludzką wyobraźnię: „Pozwalają one bowiem wpływać na ludzi poprzez kształtowanie określonych wzorów myślenia i zachowania, ukrywając jednocześnie rzeczywiste narzędzia sprawowania kontroli i władzy” (Sikorski 2019: 10).

W niniejszym artykule, który wpisuje się w pole nauk o zarządzaniu, mit, jak już wspomniałem, ma postać przesłania, które zlokalizowane jest pomiędzy materialną opowieścią a niematerialnym wyobrażeniem i łączy te dwie sfery. Zgodnie z założeniami pracy tego rodzaju mitów będę poszukiwał w obszarze działalności polskich przedsiębiorstw okresu Polski Ludowej, ale tylko tych przedsiębiorstw, które same stawiały własne lub dla których wznoszono pomniki. To właśnie pomniki traktuję tutaj jako źródło mitów. W opracowaniu postaram się pokazać, że przedmiotem zainteresowania pomnikowych mitów czasów PRL-u były całe przedsiębiorstwa, że to one były mitologizowane, że dzięki pomnikowym mitom ukazywano ówczesne zakłady pracy jako miejsca idealne, jako superorganizacje. Pokażę też, że odbiorcami mitów byli nie tylko ludzie związani z samymi przedsiębiorstwami, ale też jego otoczenie, w tym polskie społeczeństwo, inne przedsiębiorstwa z tej samej branży oraz władze. Spróbuję nakreślić obraz tego, w jaki sposób za pomocą mitów kształtowano wyobraźnię ludzi, wytwarzając portret idealnego zakładu pracy, oraz zaprezentuję, że zabiegi te nierzadko przyjmowały postać manipulacyjną i propagandową – realizowaną według odgórnie założonego planu ideologicznego komunistycznych władz.

Związek mitów i pomników przedsiębiorstw

Wspomniałem, że różne mogą być źródła mitów – choćby konkretne osoby, książki, filmy, wyjątkowe wydarzenia i miejsca, ale też pomniki, które są przedmiotem zainteresowania tej pracy. Pomniki – poprzez swoją monumentalną formę, ekspozycję w miejscach publicznych i symbolikę – odgrywają szczególne znaczenie w tym zakresie. Nie dziwi więc, że wielu badaczy łączy je z tematyką mitów, widząc w nich obiekty, które komunikują określone przesłania i kształtują wyobraźnię i postawy ludzi. Podobnie jak niniejsze, są takie opracowania, które szukają tych związków w czasach Polski Ludowej. Szymon Swoboda (2016) poszukuje mitów związanych ze wzniesionym w 1966 roku pomnikiem Żelazne Organy Władysława Hasióra. Mity te odnoszą się nie tylko do formy i treści pomnika, ale też do kontekstu: czasu i miejsca jego postawienia. Z kolei Paweł Czajkowski i Barbara Pabjan (2013), a w innym artykule Karolina Ćwiek-Rogalska (2019), piszą o mitycznym znaczeniu pomników stawianych po II wojnie światowej na Ziemiach Odzyskanych. Obiekty te odwoływały się do mitów, których celem było nadanie „polskości” poniemieckim terenom. Natomiast Jacek Zygmunt Sawicki omawia przypadek odsłoniętego w 1989 roku Pomnika Powstania Warszawskiego, który dla władz komunistycznych miał być narzędziem utrwalającym „mit założycielski PRL” (Sawicki 2015).

Naukowych rozpraw na temat pomników powstaje wiele. Temat ten poruszany jest najczęściej na gruncie historii, socjologii, antropologii, kulturoznawstwa czy nauk o sztuce. W obszarze zarządzania problematyka pomników poruszana jest stosunkowo rzadko i przede wszystkim na polu zarządzania dziedzictwem. Najczęściej mówi się tutaj o zarządzaniu „pomnikami historii”, czyli wszelkiego rodzaju zabytkami lub ich zespołami, które wyróżniają się szczególną wartością historyczną i są objęte ochroną prawną (Molski 2019), rzadziej natomiast przedmiotem namysłu są pomniki jako obiekty rzeźbiarskie i formy małej architektury, choć i takie publikacje z zakresu zarządzania dziedzictwem pojawiają się (Carnegie, Kociatkiewicz 2022). W tym artykule położyłem nacisk na inny aspekt zarządzania i podjąłem dyskusję na temat pomników związanych z działalnością określonych organizacji, a konkretnie przedsiębiorstw. Związek pomników i przedsiębiorstw eksploruję od 2018 roku. W poszczególnych artykułach wskazałem, że społeczne znaczenie tego rodzaju pomników wyraża się na kilku charakterystycznych płaszczyznach: tożsamości organizacyjnej, mitycznej, ideologicznej, estetycznej, inscenizacyjnej i prowokacyjnej (Laberschek 2019a), że dzięki temu, co przedstawiają i jakie przenoszą treści, przedsiębiorstwa tworzą charakterystyczne wizerunki siebie (Laberschek 2019b), że za ich pomocą utrwalają lub wytwarzają własną tożsamość (Laberschek 2021a), iż można je postrzegać jako mechanizmy przywołujące pamięć o organizacji (Laberschek 2021b), że niektóre z nich są rezultatem oddziaływania cienia organizacyjnego na otoczenie społeczne (Laberschek 2020). W tym opracowaniu skoncentrowałem się natomiast na zagadnieniu wykorzystywania pomników do tworzenia mitów o przedsiębiorstwach.

Zanim jednak przejdę do omówienia związku monumentów z mitami, chciałbym zaprezentować, jak rozumiem termin „pomnik przedsiębiorstwa”, a także przedstawię krótką charakterystykę tych obiektów. Zacznę od ogólnej definicji pomnika. Z jednej strony jest to przestrzenny obiekt fizyczny, wyeksponowany w określonym miejscu. Nie jest to jednak obiekt przypadkowy. Jak podkreśla Aleksander Wallis: pomnik „formą i skalą wyróżnia się ze swego otoczenia na zasadzie przeciwstawności” (Wallis 1990: 230); wizualnie odróżnia się zatem od pozostałych obiektów znajdujących się w jego pobliżu. Z drugiej strony istotny jest tutaj aspekt pozamaterialny: pomnik komunikuje bowiem pewną treść, a więc jest „materialnym nośnikiem znaczeń” (Nijakowski 2001: 82), „dziełem o znaczeniu symbolicznym” (Wallis 1990: 232). Pomnik przedsiębiorstwa również łączy te dwie sfery (formy i symboliki), jest jednak obiektem specyficznym, gdyż odwołuje się do działalności określonych zakładów pracy. Można zatem przyjąć definicję, że jest to intencjonalnie wyeksponowany, niepowtarzalny obiekt przestrzenny o symbolicznym znaczeniu i nieużytkowym charakterze, związany z „życiem” przedsiębiorstwa.

Wypada w tym miejscu wyjaśnić, co to znaczy, że pomniki, o których mowa, związane są z „życiem” przedsiębiorstw. Otóż – po pierwsze – chodzi o takie obiekty, których komunikowane znaczenie powiązane jest konkretnymi miejscami

pracy (z ich historią, kulturą, profilem działalności, pracownikami i kadrą zarządzającą czy zakładową symboliką), a po drugie – o takie figury, które, można metaforycznie powiedzieć, snują opowieść o przedsiębiorstwach, odwołując się do głębszych warstw rzeczywistości organizacyjnej, a nie wyłącznie do procesów produkcyjnych i zarządczych. Z przeprowadzonych przeze mnie badań, o przebiegu których wspominam w kolejnej części pracy, wynika kilka istotnych spraw dotyczących pomników przedsiębiorstw. Po pierwsze, monumenty tego rodzaju mogą być stawiane nie tylko przez same przedsiębiorstwa (z inicjatywy pracowników lub kierownictwa), ale też przez osoby i organizacje spoza zakładów (np. przez władze lokalne lub organizacje społeczne). Po drugie, mogą być wznoszone w tym czasie, gdy przedsiębiorstwo działa, ale również po jego zamknięciu (jako pamiątka); są jednak również takie sytuacje, kiedy pomnik powstał zanim zakład zaczął funkcjonować i pierwotnie pełnił inną funkcję, następnie został niejako przez przedsiębiorstwo „przejęty” do jego własnych celów. Po trzecie, monumenty takie mogą być wznoszone w różnych miejscach: na zamkniętym terenie zakładu, w jego najbliższym otoczeniu, w miejscowości, w której działa, jak też w innych, bardziej odległych lokalizacjach. Po czwarte, różne mogą być okoliczności i preteksty do stawiania pomników. Po piąte, rozmaita może być ich forma: mogą to być rzeźby (figuratywne, symboliczne i abstrakcyjne), instalacje, obeliski, głazy, pamiątkowe urządzenia, maszyny czy przedmioty. Wreszcie po szóste, stawiane są przez przedsiębiorstwa różnych branż: huty, kopalnie, zakłady mechaniczne, chemiczne, dziewiarskie, rolne, gospodarki wodnej i wiele innych. Pomimo tego, że pomniki te należą do różnych kategorii, że ich klasyfikacja jest wieloaspektowa, to jednak każdy z tych obiektów jest nośnikiem swoistego symbolicznego komunikatu, za każdym z nich kryje się przesłanie, które wpływa na to, jak postrzega się związane z nimi przedsiębiorstwa. Tak jak pomniki ludzi nadają postaciom na cokole szczególne znaczenie, tak samo pomniki przedsiębiorstw wytwarzają mitologiczną otoczkę wokół zakładów pracy. Dotyczy to również czasów Polski Ludowej, do których odwołuje się to opracowanie.

Metodologia badań nad pomnikowymi mitami

W niniejszej pracy podjąłem próbę udzielenia odpowiedzi na pytania badawcze o mitach komunikowanych przez pomniki peerelowskich przedsiębiorstw i o tym, jak mity te oddziałują na ludzi oraz kształtują ich poglądy i postawy wobec zakładów pracy. Podstawowe pytanie brzmi następująco: Jakie przesłania (mity) kryją się za pomnikami przedsiębiorstw Polski Ludowej? Z niego wynikają inne, o których już wcześniej wspomniałem.

Zanim opiszę to, w jaki sposób poszukiwałem mitów w przekazach związanych z pomnikami, w pierwszej kolejności chciałbym przybliżyć metodę identyfikowania

pomników oraz tworzenia ich bazy. Przykłady polskich pomników przedsiębiorstw gromadzę od 2018 roku i wykorzystuję do tego trzy podejścia:

- kwerendy internetowej, polegającej na poszukiwaniu konkretnych pomników i wszelkich informacji o nich. Identyfikacja monumentów polegała na wpisywaniu w wyszukiwarkę Google odpowiednich fraz, późniejszym przeszukiwaniu wyników i pozyskiwaniu danych. Podstawową frazą, którą na samym początku poszukiwań wpisywałem do wyszukiwarki, było hasło „pomnik przedsiębiorstwa”. Następnie modyfikowałem ją poprzez choćby: stosowanie synonimów (np. „pomnik firmy”, „pomnik zakładu”), „zawężanie” do określonej branży (np. „pomnik huty”, „pomnik elektrowni”) lub profesji (np. „pomnik górnika”, „pomnik odlewnika”). Stosowałem różne kombinacje fraz, docierając tą drogą do konkretnych obiektów związanych z polskimi zakładami pracy. Po zidentyfikowaniu określonego pomnika rozpoczynałem proces gromadzenia wiedzy o nim. Na tym etapie również niezbędna była przeglądarka Google, wpisywałem jednak frazę bezpośrednio związaną z wcześniej wyszukany obiekt, np. „pomnik żubra Bank Pekao Warszawa” lub „pomnik Ignacego Łukasiewicza Kopalnia Bóbrka”. W ten sposób otrzymywałem zestaw wyników wyszukiwań, wśród których znajdowały się dane związane z monumentem;
- analizy źródeł zastanych, związanej z eksploracją różnego rodzaju materiałów tekstowych (drukowanych i elektronicznych), w których potencjalnie mogły się znajdować informacje na temat pomników przedsiębiorstw. Studiowałem więc różnego rodzaju monografie poświęcone monumentom zlokalizowanym w określonych miejscowościach (np. *Pomniki Poznania* (Gołiński 2001) czy *Pomniki Wrocławia* (Antkowiak 1985)), prace biograficzne artystów-rzeźbiarzy oraz inne publikacje, których przedmiotem zainteresowania były plenery rzeźbiarskie organizowane przez przedsiębiorstwa, a także wszelkie czasopisma branżowe (np. hutnicze, górnicze, rolnicze) i gazety zakładowe oraz lokalne periodyki wydawane przez jednostki terytorialne;
- spontanicznego gromadzenia, polegającego na identyfikacji pomników bezpośrednio w terenie, o których istnieniu wcześniej nie wiedziałem. Identyfikacji tej dokonywałem podczas: a) realizowanych przeze mnie badań terenowych, których celem było zgromadzenie materiału badawczego na temat innych pomników; b) prywatnych wyjazdów, niemających charakteru naukowego.

W ten sposób zgromadziłem bazę ponad 400 pomników związanych z polskimi przedsiębiorstwami (stan na marzec 2022 roku). Kolekcję tę można wykorzystywać na wiele różnych sposobów, w zależności od tego, jaki obierze się cel i postawi pytanie badawcze. Biorąc pod uwagę problem badawczy stworzony na potrzeby tego opracowania, z bazy wybrałem 138 pojedynczych obiektów oraz zespołów obiektów

(liczących od kilku do nawet kilkudziesięciu pomników związanych z jednym zakładem pracy) – wyłącznie tych, które stawiano w okresie peerelu. Ów „okres peerelu” jest przeze mnie rozumiany jako przedział czasu od 8 maja 1945 roku (kapitulacja Niemiec i koniec II wojny światowej) do 4 czerwca 1989 roku (pierwsze częściowo demokratyczne wybory parlamentarne w Polsce).

Kolejną sprawą, na którą chciałbym zwrócić uwagę, jest sposób identyfikacji mitów w tych wyselekcjonowanych monumentach peerelu. Na początku warto podkreślić, że każdy pomnik niesie za sobą jakąś opowieść. Opowieść ta może dotyczyć nie tylko tego, co lub kogo przedstawia pomnik i co łączy te elementy z przedsiębiorstwem, ale także, kiedy odsłonięto monument, z jakiego powodu itd. Zadaniem badacza działającego w paradygmacie interpretatywnym jest pozbierać te opowieści, gdyż, jak wskazuje Monika Kostera, „wyrażają ważne wartości i prawdy dla danej zbiorowości” (Kostera 2003: 169). Poprzez zbieranie pomnikowych opowieści starałem się więc zrozumieć, w jaki sposób łączą się one ze zbiorowościami związanymi z określonymi przedsiębiorstwami i co one o tych zbiorowościach mówią, jak je przedstawiają. Źródłem opowieści były same pomniki (ich forma), różnego rodzaju materiały zastane (drukowane i elektroniczne), a także wypowiedzi różnych osób, które kojarzyły monument.

Kolejne kwestia związana jest z tym, w jaki sposób czytać, interpretować opowieści przekazywane przez pomniki. Pomniki mogą bowiem komunikować inne treści dla osób „z zewnątrz” (w tym badaczowi), odmienne natomiast dla społeczności danego przedsiębiorstwa; społeczności te mogą bowiem posiadać głębszą wiedzę na ich temat i mieć specyficzny do nich stosunek. Poza tym nie wszystkie monumenty przekazują jasne i czytelne treści. Posiłkując się typologią Macieja Kowalewskiego, pomniki można podzielić na trzy kategorie: ikony, symbole i dzieła (Kowalewski 2007). Ikony mają formę figuratywną i ich treść jest możliwa do odczytania: przedstawiają to, co widać. Dzieła natomiast mają postać abstrakcyjną i nie da się wiele o nich powiedzieć bez dodatkowych informacji. Symbole są figurami pośrednimi. Nie można zatem wyciągać wniosków, koncentrując się wyłącznie na tkance fizycznej obiektu, gdyż nie zawsze jest ona możliwa do odczytania. Kowalewski podkreśla: „To, jak pomnik jest interpretowany, zależy od jego własności fizycznych i zbudowanych na nich schematów interpretacyjnych” (Kowalewski 2007: 126). Żeby zrozumieć sens opowieści przekazywanych przez określony pomnik, niezbędny jest zatem także „schemat interpretacyjny”, kontekst, dodatkowa wiedza o nim, czyli to, co o nim się mówi i jakie ów obiekt ma znaczenie dla ludzi z nim związanych. Brałem więc pod uwagę to, co o pomnikach mieli do powiedzenia pracownicy, kierownictwo czy też mieszkańcy miejscowości, w której przedsiębiorstwo się znajdowało. Poza tym, jeśli chce się dokonać odpowiedniej interpretacji pomników stawianych w danym okresie historycznym, należy posiadać wiedzę na ten temat. W moim przypadku niezbędna była wiedza na temat czasów Polski Ludowej i najważniejszych mitów wówczas funkcjonujących. Autorem tego rodzaju kontekstowej interpretacji jest

Clifford Geertz i nazywa się ją „opisem gęstym”. Zasadą tą kierowałem się w niniejszym opracowaniu.

Interpretacja polegała na wyłowieniu z pozyskanych opowieści o pomnikach mitów, czyli przesłań. Zadanie to może wydawać się skomplikowane, gdyż w odróżnieniu od dawnych opowieści współczesne opowieści, zwłaszcza te związane z nowoczesnymi organizacjami, są mocno zdesakralizowane oraz sformalizowane. Zawierają jednak ślady tradycyjnych mitów (Kostera, Śliwa 2012). Ten ślad to właśnie to wspomniane przesłanie, czyli pewien uniwersalny, archetypiczny komunikat, pojawiający się w rozmaitych formach w różnych czasach i kulturach. Na przykład mit (przesłanie) o przełamywaniu barier pojawia się zarówno w mitach greckich (np. w opowieści o Ikarze), powieściach pozytywistycznych, jak i w peerelowskich pomnikach przedstawiających ludzi pracy, z kolei przesłanie o poświęceniu się dla innych również odnaleźć można w antycznych przekazach (choćby w micie o Prometeuszu), dziełach doby romantyzmu, a także w pomnikach górników, którzy zginęli podczas pracy pod ziemią.

Dokonując interpretacji zgromadzonych przeze mnie pomników przedsiębiorstw Polski Ludowej, wyodrębniłem pięć głównych uniwersalnych przesłań. Są to: mit wielkości i doskonałości, mit przełamywania barier, mit bohaterstwa i tragizmu, mit inspiracji i natchnienia oraz mit misji społecznej. Wyszczególnienie tych pięciu przesłań-mitów stało się możliwe dzięki przeprowadzeniu analizy indukcyjnej. Po wyselekcjonowaniu 138 monumentów okresu PRL-u dokonałem wstępnej ich interpretacji, uwzględniając to, co przedstawiają i z jakim rodzajem przedsiębiorstwa są powiązane. W ten sposób stworzyłem wyjściowe kategorie przesłań wraz z ich teoretycznymi założeniami, które następnie konfrontowałem z każdym pomnikiem odrębnie, z pogłębioną wiedzą na jego temat. Konfrontacja ta była jednocześnie weryfikacją przyjętych wyjściowych kategorii: jeśli nie było zgodności pomiędzy przyjętą przeze mnie określoną kategorią a wiedzą na temat pomnika, to dokonywałem jej modyfikacji, tak by jej założenia były zgodne z rzeczywistością. Ostatecznie, jak wspomniałem, wyodrębniłem pięć przesłań-mitów. Przesłania te, wraz z podaniem przykładów pomników, które odpowiednio je ilustrują, omówiłem w poniższej empirycznej części pracy. Nie zaprezentowałem szczegółowo wszystkich 138 przykładów pomników, gdyż objętość tego artykułu nie pozwoliła na to; niektórym z nich przyjrzałem się bliżej, natomiast o innych tylko wspomniałem. Warto w tym miejscu również zaznaczyć, że podobnie jak w dawnych mitach niektóre pomniki zawierały więcej niż jedno przesłanie, toteż część z nich przedstawiłem w kilku odsłonach poniższej analizy.

Mit wielkości i doskonałości

Dążenie do bycia kimś niepowtarzalnym, wyjątkowym i wyróżniającym się na tle innych od zawsze było motywem do działania niektórych osób. Można było tego dokonywać i wciąż ma to miejsce na różnych płaszczyznach: politycznych, militarnych, religijnych, naukowych, artystycznych czy sportowych. We wszystkich tych dziedzinach można dążyć do perfekcji. Nie dotyczy to jednak wyłącznie jednostek, ale także wspólnot. Różnego rodzaju grupy społeczne, takie jak: klany, plemiona, społeczności tworzące miasta czy narody, ale też różnorodne wspólnoty połączone pewną ideą, również dążyły i dążą do wyróżnienia się na tle innych i uzyskania dominacji. Podobnie funkcjonują organizacje, w tym przedsiębiorstwa, których celem jest realizacja obranych celów i zdominowanie konkurencji.

W czasach Polski Ludowej nie chodziło jednak o eliminację konkurencji i przejęcie jej udziałów w rynku. Na rynku regulowanym przez organy państwowe przedsiębiorstwa działały według określonych planów, w związku z czym pokonanie konkurencji, czyli przedsiębiorstwa działającego w tej samej branży, wiązało się ze skuteczniejszą realizacją tych założeń. Plany te, zawierające wizję rozwoju gospodarki peerelowskiej i obowiązujące od 1947 do 1990 roku, opracowywano na szczeblu centralnym i prezentowano w cyklicznych ustawach. Były to plany trzy- i pięcioletnie oraz jeden sześćioletni. Przedsiębiorstwa działały pod ich dyktando. Strategie te były ambitne: wynikały one najpierw z potrzeby odbudowy gospodarki kraju po zakończeniu II wojny światowej, następnie jego unowocześniania i tworzenia nowych miejsc pracy w latach 60. i 70. XX wieku i wreszcie pobudzenia przemysłu w okresie kryzysu gospodarczego w latach 80. Szczególnym uznaniem ze strony partii i rządu cieszyły się te podmioty, które odpowiednio wykonywały plany lub je przekraczały – co nierzadko przyjmowało formę bicia rekordów. W ten sposób tworzył się mit doskonałości podmiotów gospodarczych wpisujących się w państwową wizję rozwoju.

Dzięki wznoszonym pomnikom niektóre przedsiębiorstwa podkreślały swoje zasługi dla gospodarki Polski Ludowej, wpisując się w mit doskonałości. Dobrą tego ilustracją jest powstały w 1983 roku monument ziemniaka wzniesiony przy Stacji Hodowli Roślin w Biesiekierzu niedaleko Koszalina z inicjatywy ówczesnego dyrektora zakładu Mariusza Roedera. Stworzenie pomnika i jego gabaryty są nieprzypadkowe. Ma on dziewięć metrów wysokości, co nawiązuje do wyhodowania w przedsiębiorstwie dziewięciu nowych odmian ziemniaka. Obiekt jest też symbolem dynamicznego rozwoju przedsiębiorstwa w czasach PRL-u za rządów Mariusza Roedera, które stało się miejscem pracy wielu mieszkańców Biesiekierza i okolic. Wspominał o tym po likwidacji zakładu i śmierci dyrektora jeden z pracowników w otwartym liście kondolencyjnym:

Dziękuję Ci za wszystko, byłeś wspaniałym szefem i kolegą. Za Twoich rządów w Biesiekierzu ta miejscowość stała się sławna w całym kraju, a mieszkańcom żyło się lepiej. Swój pomysł na

utrwalenie tego, czym się zajmowała Stacja Hodowli Roślin Biesiekierz utrwaliliś wspaniałym pomnikiem ziemniaka przy drodze (...) (Kryński 2013).

Podobnym przykładem monumentu, również postawionym przez przedsiębiorstwo z branży rolniczej, jest pomnik byka o imieniu Ilon (il. 1). Wzniesiono go w 1982 roku w Osowej Sieni niedaleko Wschowy (obecne województwo lubuskie), na terenie należącym do Hodowli Zwierząt Zarodowych. Inicjatorem stworzenia obiektu był dyrektor zakładu Edmund ApolinarSKI, a twórcą rzeźbiarz Tomasz Bończa-Ozdowski. Pomnik ten w dwojnásób odwołuje się to mitu doskonałości przedsiębiorstwa, a przy okazji wzmacnia go. Po pierwsze, przypomina o historii sprowadzenia w latach 1974–1977 z Kanady i Stanów Zjednoczonych do Polski jałówki rasy holstejn-fryzyjskiej. Przyczyną tego przedsięwzięcia były skutki wyżu demograficznego w Polsce i zwiększenie zapotrzebowania na mleko. Tymczasem krowy zza Oceanu Atlantyckiego dawały go o wiele więcej niż polskie (Waligóra 1985), idealnie więc wpisywały się w ideę nowoczesnego gospodarstwa rolnego PRL-u. Po drugie na cokole postawiono byka-rekordzistę. Ilon, którego matkę sprowadzono ze Stanów Zjednoczonych, wyróżniał się szczególną skutecznością krycia, która wynosiła 97% (Siekierska 2021). Polskie byki nie były dla buhaja Ilona konkurencją.



Il. 1. Pomnik buhaja Ilona z Hodowli Zwierząt Zarodowych w Osowej Sieni. Autor zdjęcia: Marcin Laberschek

Źródło: ze zbiorów własnych.

Innym pomnikowym obrazem wzorowego peerelowskiego przedsiębiorstwa jest monument grzejnika zlokalizowany w Stąporkowie w obecnym województwie świętokrzyskim. Obiekt powstał w 1978 roku i stanął przed główną bramą Odlewni Żeliwa „Stąporków”. Jego wzniesienie motywowane było dwoma kwestiami. Po pierwsze chodziło o symboliczne nawiązanie do 240-letniej tradycji stąporkowskiego odlewnictwa. Po drugie, o wyeksponowanie wkładu przedsiębiorstwa w rozwój krajowej gospodarki, o czym wspominał w wywiadzie ze mną ówczesny dyrektor odlewni Waldemar Komorowski: „chcieliśmy podkreślić znaczenie odlewni dla budownictwa mieszkaniowego i dla Polski”. Szczególna rola przedsiębiorstwa w zakresie rozwoju budownictwa mieszkaniowego przypadła na drugą połowę lat 70. XX wieku, kiedy w związku ze zmianami demograficznymi tworzone nowe osiedla. Zakład zwiększył wówczas swoje moce produkcyjne, by zaspokoić popyt na grzejniki. W Odlewni Żeliwa „Stąporków” produkowano 96% grzejników (popularnych kaloryferów), które w okresie PRL-u instalowano w polskich mieszkaniach i domach.

Podobnie jak Odlewnia Żeliwa w Stąporkowie również inne zakłady pracy stawiały monumenty, które odwoływały się do okrągłych rocznic związanych z ich branżą i historią. Pomniki okolicznościowe nadawały zakładom dodatkowej dystynkcji. Przedsiębiorstwo, które długo działa lub nawiązuje do lokalnych tradycji przemysłowych, postrzegane jest bowiem jako posiadające większy prestiż i reputację. Przykładów można podać wiele, np. Pomnik Cukrowni „Częstocice” wzniesiony w 1976 roku z okazji 150. rocznicy utworzenia przedsiębiorstwa, pomnik Zakładów Górniczych „Rudna” w Polkowicach upamiętniający 10., a potem 25. rocznicę powstania kopalni, czy też dwa pomniki Odlewni Żeliwa w Śremie: pierwszy abstrakcyjny z 1988 roku odsłonięty z okazji 26. obchodów Dnia Odlewnika, drugi w formie głazu, upamiętniający najważniejsze etapy historii przedsiębiorstwa w latach 1964–1973.

Zbliżone znaczenie do okolicznościowych miały pomniki znaków firmowych i symboli przedsiębiorstw. Publiczne wyeksponowane tych elementów wizualnych jako obiektów przestrzennych również miało również wpłynąć na postrzeganie zakładów pracy jako miejsc wyróżniających się i wyjątkowych. Spośród wielu przykładów pomników tego typu wymienić można choćby: powstały w 1962 roku i zaprojektowany przez Marię Więcek pomnik litery „S” (symbolu siarki) Kopalni i Zakładów Przetwórczych Siarki im. Marcelego Nowotki w Machowie (obecnie teren Tarnobrzega); wykonany w 1989 roku przez Ryszarda Chachulskiego monument Światowita, symbolu Myszkwowskiej Fabryki Naczyń Emaliowanych „Światowit”; rzeźbę renifera Marii Bor z 1977 roku Dolnośląskich Zakładów Białoścórniczych-Rękawniczych „Renifer” w Świdnicy; pomnik sopła siarki stworzony w 1972 roku dla Kopalni Siarki „Jeziórko”; monumentalną rzeźbę „Lot” Henryka Burzeca stojącą przed Polskimi Zakładami Lotniczymi w Mielcu; czy też pomnik kłęбка anilany – wykonany przez Michała Gałkiewicza dla Przędzalni Czesankowej Anilany „Polanil” w Łodzi. Ten ostatni monument pełnił funkcję symbolu gierkowskiej innowacyjności i postępu, stworzono go bowiem w 1973 roku wraz z nowo powstałym zakładem

pracy, który, co podkreślił Krzysztof Lesiakowski, był wówczas „przedstawiany jako wielki krok ku nowoczesności, tak pod względem wyposażenia w maszyny, jak i warunki pracy” (Lesiakowski 2020: 145).

W kontekście rozważań o micie wielkości i doskonałości przedsiębiorstw trzeba również wspomnieć o pomnikach znanych osób, postaci-ikon, które w mniejszym lub większym stopniu związane były z przedsiębiorstwami, a których pomniki przenosiły na nie splendor. Dotyczy to wzniesionego w 1982 roku na terenie Kopalni Ropy Naftowej w Bóbrce pomnika-popiersia Ignacego Łukasiewicza, współtwórcy tego zakładu – pierwszej na świecie kopalni ropy; obelisku z 1981 roku stojącego przed Przedsiębiorstwem Transportowo-Spedycyjnym „Transbud” i poświęconego Franciszkowi Dąbrowskiemu, oficerowi Wojska Polskiego i obrońcy Westerplatte, który był pracownikiem zakładu; pomnika z 1968 roku Karola Świerczewskiego, generała i dowódcy II Armii Wojska Polskiego oraz czeladnika Fabryki Wyrobów Precyzyjnych w Warszawie, przed którą obiekt stanął; odsłoniętego w 1947 roku pomnika Józefa Wieczorka, pracownika i patrona Kopalni Węgla Kamiennego „Wieczorek”; a także dwóch monumentów z Zabrze: wzniesionego na pamiątkę wizyty poety Władysława Broniewskiego w Kopalni Węgla Kamiennego „Zabrze-Bielszowice” oraz upamiętniającego Wincentego Pstrowskiego – przodownika pracy w Kopalni Węgla Kamiennego „Jadwiga” w Zabrzu.

Mit przełamywania barier

Wincenty Pstrowski był górnikiem, który idealnie wpisywał się w kolejny mit Polski Ludowej – mit przełamywania barier, czyli pokonywania norm i własnych słabości. Krytyczny stan powojennej gospodarki i przyjmowane przez rządzących wytyczne wymagały od polskich przedsiębiorstw podjęcia szybkich działań i realizacji założeń ponad przyjęte standardy. W ślad za tym przedsiębiorstwa stawiały pracownikom wyśrubowane cele. Część pracowników podejmowała się pracy ponad normę i przełamując swoje ograniczenia stawała się „przodownikami pracy”. Jednym z nich był Wincenty Pstrowski, rębacz zatrudniony w Kopalni Węgla Kamiennego „Jadwiga” w Zabrzu. W 1947 roku na łamach „Trybuny Robotniczej” zaprezentował wyniki swojej pracy, wzywając w ten sposób wszystkich górników do współzawodnictwa:

Od maja ubiegłego roku pracuję jako rębacz na kopalni „Jadwiga” w Zabrzu. W lutym br. wykonałem normę 240%, wyrąbując 72,5 m chodnika. W kwietniu wykonałem normę 293%, wyrąbując 85 m chodnika. W maju dałem 270%, wyrąbując 78 m chodnika (Pstrowski 1947: 1).

Hasło-przesłanie Wincentego Pstrowskiego skierowane do ludzi z branży: „Kto wyrąbie więcej niż ja?” (Wilk 2011), szybko nabrało symbolicznego wymiaru, a on sam stał się ikoną lansowanej w peerelu idei współzawodnictwa i legendą kopalni „Jadwiga”.

do czego w znacznym stopniu przyczyniła się jego nagła śmierć w 1948 roku. Nie dziwi więc, że nazwę kopalni „Jadwiga” zastąpiono imieniem czołowego przodownika pracy, a w 1978 roku w Zabrze wzniesiono mu pomnik autorstwa Mariana Koniecznego. Monument nie tylko upamiętniał postać Pstrowskiego, ale również kultywował peerelowskie przesłanie przełamywania barier i poświęcenia.

Idea współzawodnictwa, zwłaszcza do połowy lat 50. XX wieku, była jednym z naczelných elementów propagandy PRL-u. Jej zaszczepianie wśród pracowników zakładów pracy wymagało od kadry kierowniczej podejmowania stosownych działań symbolicznych, które w sposób szczególny oddziaływały na wyobraźnię zatrudnionych i kształtowały ich postawy pracownicze. O praktykach takich pisze Hubert Wilk:

Wszelkiego rodzaju gazetki ściennie, wykresy, fotografie przodowników pracy miały sprawić, aby cała fabryka żyła wyścigiem pracy i podjętymi zobowiązaniami (...) Powszechne było dekorowanie stanowisk pracy pracowników przekraczających swoje normy czerwonymi chorągiewkami oraz tablicami pokazującymi procent wykonania normy (...) Dość popularnym sposobem propagowania współzawodnictwa pracy było tworzenie tzw. Alei lub Galerii Przodowników Pracy (Wilk 2006: 155–156).

Podobnym rozwiązaniem były pomniki. Monumentalne podobizny ludzi pracy odwoływały się do socjalistycznego etosu poświęcenia i przełamywania słabości. Nierzadko stawiały też na pierwszym planie pracę fizyczną i ludzką siłę. Wiele socrealistycznych pomników przedstawiało atletycznie zbudowanych mężczyzn dzierżących charakterystyczne narzędzia i artefakty związane z określonym zawodem. W pomnikowym przedstawieniu nie liczył się konkretny człowiek – posągi ludzi pracy to wizerunki bezimiennych postaci, to wyidealizowane figury robotników. Pomnik Pstrowskiego (czyli poświęcony określonej osobie) był tutaj wyjątkiem, gdyż ów rębacz jako jedyny robotnik Polskiej Ludowej zasłużył na symboliczne upamiętnienie. Figury bezimiennych górników stanowiły sporą grupę pomników stawianych przez zakłady pracy PRL-u. Można tutaj wspomnieć o obiektach związanych zarówno z kopalniami soli, czego przykładem jest górnik stworzony w 1958 roku przez Jacka Pugeta i postawiony przed Szybem Daniłowicza Kopalni Soli w Wieliczce, jak i z kopalniami węgla kamiennego, np. zespół dwóch pomników sprzed Kopalni Węgla Kamiennego „Ziemowit” w Łędzinach, czy też trzy posągi górników znajdujące się przy trzech różnych szybach Kopalni Węgla Kamiennego „Nowa Ruda” na Dolnym Śląsku. Zanim owe szyby o nazwach „Piast”, „Słupiec” i „Przygórze” weszły w skład jednej kopalni rywalizowały ze sobą, jeśli chodzi o wykonanie norm. Współzawodnictwo to przybrało również formę symboliczną: rywalizacji „na pomniki”. Na terenie szybu „Piast” pomnik górnika powstał w 1960 roku i wykonał go pracownik kopalni Antoni Wyrodek, syn górnika i rzeźbiarza o tym samym imieniu i nazwisku, zatrudnionego w Kopalni Soli w Wieliczce. Z kolei w „Słupcu” (il. 2) posąg odsłonięto dwanaście lat później, a jego twórcą był zatrudniony w „Słupcu”

Stanisław Szczypka. Monument ten, według Marka Cybulskiego, pasjonata historii Nowej Rudy, powstał na zlecenie ówczesnego dyrektora kopalni w „Słupcu” Alojzego Czogały i zgodnie z jego życzeniem miał być dużo bardziej okazały od posągu z „Piasta”, przewyższać go pod względem gabarytów i symboliki (Cybulski 2020). Ostatecznie pomnik ze „Słupca” jest wyższy od poprzednika, postać jest bardziej umięśniona, dzierży nowoczesny młot pneumatyczny (a nie tradycyjny kilof) oraz posiada dodatkowy element: tarczę z wizerunkiem polskiego orła białego. Ta symboliczna gra pomiędzy kopalniami, która może się wydawać mało istotna, bardzo dobrze oddaje jednak specyfikę tamtych czasów. Mit rywalizacji i pokonywania ograniczeń przeszywał bowiem życie polskich peerelowskich przedsiębiorstw na wielu różnych poziomach, w tym także na płaszczyźnie kultury organizacyjnej.



Il. 2. Pomnik górnika wykonany w 1972 roku i ustawiony przed szybem „Słupiec” w Nowej Rudzie. Autor zdjęcia: Marcin Laberschek

Źródło: ze zbiorów własnych.

Przy zakładach innych branż również stawiano pomniki poświęcone ludziom pracy. Były to posągi dmuchaczy, które pojawiały się w pobliżu hut szkła lub na terenie miejscowości, w których owe zakłady pracy funkcjonowały, np. pomnik na terenie Hucie Szkła Gospodarczego „Irena” w Inowrocławiu; rzeźba nieopodal Huty Szkła „Krosno”; czy monument autorstwa Borysa Michałowskiego zlokalizowany na terenie Stronia Śląskiego, gdzie działała Huta Szkła Kryształowego „Violetta”. Ten

ostatni posąg powstał wraz z tablicą, na której zamieszczono napis „Bohaterom pracy. 1945–1965”, który w wyraźny sposób odwoływał się do kultuwanego w PRL-u wizerunku pracowników fizycznych jako herosów. Pojawiały się też pomniki innych postaci związanych z hutnictwem, w tym odlewników (choćby stojący przed Odlewnią Żeliwa w Nowej Soli czy też inny, wykonany przez Marię Bor i wzniesiony w 1978 roku przed Odlewnią „Świdnica”) i wytapiaczy (np. wykonany w 1980 roku przez Jerzego Szulca, pracownika ówczesnej Huty „Warszawa”). Niektóre pomniki tego typu odbiegały od figuratywności i przyjmowały metaforyczny wyraz, nadając w ten sposób samej pracy bardziej metafizycznego charakteru. Do takich obiektów należy zaliczyć popiersie robotnika stworzone przez Józefa Opałę w połowie lat 70. XX wieku na terenie Ostrowieckich Zakładów Materiałów Ogniotrwałych, a później postawione przed bramą wjazdową do tego przedsiębiorstwa. Warto podkreślić, że pomniki bezimiennych ludzi pracy to przede wszystkim męskie postaci. Za wyjątkowy należy uznać posąg kobiety-przędki trzymającej motek bawełny; obiekt stoi w Zawierciu, a związany jest z niedziałającą już Przędzalnią Bawełny „Przyjaźń”.

Mit bohaterstwa i tragizmu

Sporą grupę stanowią pomniki przedsiębiorstw poświęcone osobom związanym z konkretnymi zakładami pracy, które uczestniczyły w tragicznych wydarzeniach i nierzadko ponosiły śmierć. Wydarzenia te mogły być związane zarówno z działalnością przedsiębiorstw i być elementem ich historii, jak i z okolicznościami niemającymi z nimi bezpośredniego związku, które były jednak na tyle ważne, że podejmowano decyzję o wzniesieniu pamiątkowego pomnika. Pomniki osób tragicznie zmarłych zaczęto stawiać w Europie od czasów Wielkiej Rewolucji we Francji i poświęcone były osobom, które poległy na polach walki. Funkcja tych monumentów była głębsza niż tylko upamiętnienie ofiar. W dobie tworzenia się w nowoczesnych, świeckich i narodowych państwach pomniki te powstawały, jak zauważył Reinhart Koselleck, w imię idei „politycznego kultu zmarłych” (Koselleck 2012). Chodziło tutaj o wywyższenie tych osób, które oddały własne życie, kierując się wizją nowego państwa, stając się jego fundatorami i symbolami. Kult zmarłych tworzył więc metafizyczny fundament, mityczne podwaliny pod państwową wspólnotę.

Podobnie należy spojrzeć na pomniki przedsiębiorstw poświęcone ludzkim tragediom. Kult osób zmarłych związanych z przedsiębiorstwami wzmacniał wśród pracowników poczucie wspólnoty i pracy dla wyższych idei. Kult ten oparty był bowiem na uniwersalnym micie-przesłaniu bohaterstwa ludzi, którzy poświęcili swoje zdrowie i życie, i na tragizmie tego poświęcenia. Mit ten promieniował na całe przedsiębiorstwo, które przestawało być zwykłym miejscem produkcji – fabryką, stoczną, hutą czy kopalnią – stawało się natomiast miejscem misyjnym, gdzie zacierana się granica codzienności i metafizyki. Miejscem współtworzonym przez osoby

wyjątkowe: przez herosów z przeszłości i kolejne pokolenia ludzi pracy – spadkobierców bohaterskich postaw i wzorców zachowań. Mit tragizmu i bohaterstwa zawarty był nie tylko w pomnikach osób zmarłych, ale również w tych, które przypominały o osobach ryzykujących swoim życiem w obronie słusznych wartości. Mowa choćby o niektórych pomnikach związanych ze strajkami pracowniczymi.

Wśród wszystkich pomników tego typu powstałych w czasach PRL-u wyróżnić można trzy główne kategorie: związane z wypadkami, do których dochodziło na terenie zakładów pracy w okresie PRL-u, dotyczące tragedii II wojny światowej oraz powiązane z protestami pracowników i opresyjną działalnością władz komunistycznych. Pierwsza kategoria dotyczy monumentów ofiar wypadków (lub katastrof), do których dochodziło na terenie zakładów pracy, zwłaszcza wśród przedsiębiorstw przemysłu ciężkiego. Można podać kilka przykładów pomników będących tutaj odpowiednią ilustracją. Dwa pochodzą z terenu obecnego województwa śląskiego, a konkretnie z Czechowic-Dziedzic. Pierwszy z nich związany jest z tragedią w Rafinerii Czechowice, z pożarem, który wybuchł w 1972 roku i pochłonął 37 ofiar, przede wszystkim strażaków. Drugi monument, zlokalizowany przy bramie do Kopalni Węgla Kamiennego „Silesia” w Czechowicach-Dziedzicach, poświęcony jest 56 górnikom, którzy zginęli w dwóch podziemnych katastrofach: w wybuchu metanu w 1974 roku i pożarze w 1979 roku. Inny pomnik upamiętniający śmierć górników stoi w Jaworznie, gdzie w 1954 roku doszło do zalania wodą Kopalni Węgla Kamiennego „Komuna Paryska”. Na przełomie lat 50. i 60. XX wieku postawiono z kolei pomnik ofiarom pożaru Fabryki Gumy w Sanoku.

Do drugiej kategorii pomników związanych z mitem bohaterstwa i tragizmu należą obiekty poświęcone ofiarom wydarzeń z okresu II wojny światowej – stawiane były po jej zakończeniu dla upamiętnienia tych osób. Pomniki te można dodatkowo podzielić na kilka grup. Po pierwsze – poświęcone pracownikom zakładów pracy, którzy w różnych okolicznościach zginęli w latach 1939–1945. Zidentyfikowałem kilkanaście takich monumentów, np. Krakowskiej Fabryki Kabli, Zakładu Energetycznego w Poznaniu i Zakładów Cegielskiego w tym samym mieście, Cukrowni Gniezno czy Zakładów Wytwórczych Urządzeń Telefonicznych w Warszawie. Po drugie – upamiętniające pracowników, którzy ponieśli śmierć w czasie wojny w miejscu pracy. Przykładem jest pomnik Pomordowanych Pracowników Fabryki Broni w Radomiu z 1958 roku, których powieszono na terenie zakładu, oraz pomnik stojący przy budynku Gazowni w Kórniku i poświęcony Stanisławowi Woźniakowi, kierownikowi zakładu, który uciekając przed gestapo, rzucił się do zbiornika z gorącą smołą. Po trzecie – chodzi o monumenty wzniesione ku czci pracowników, którzy walczyli z niemieckim okupantem, czego przykładem jest odsłonięty w 1979 roku Pomnik Obrońców Poczty Polskiej w Gdańsku. Po czwarte – są to pomniki upamiętniające ofiary obozów pracy, które podczas II wojny światowej funkcjonowały na terenie niektórych zakładów pracy. Przykładem jest głaz związany z niemieckim obozem pracy „Janinagrube”, który działał w czasie wojny na terenie Kopalni Węgla

Kamiennego „Janina” w Libiążu. Po piąte – istnieje też pomnik (zidentyfikowałem tylko jeden obiekt tego rodzaju) upamiętniający osoby niezwiązane z przedsiębiorstwem, ale które poniosły śmierć na jego terenie. Chodzi o pomnik wzniesiony w 1973 roku osobom, które w latach 1939–1945 hitlerowcy żywcem wrzucali do nieczynnego szybu „Reden” należącego do Kopalni Węgla Kamiennego „Emma” (obecnie „Marcel”) w Radlinie. Choć, jak wskazałem, monument ten nie jest poświęcony ludziom kopalni, to jednak przekazywana przez niego tragiczna historia rozegrała się w miejscu będącym jej częścią – co w symboliczny sposób nadaje kopalni status miejsca pamięci.

Ostatnią kategorią są pomniki upamiętniające strajkujących pracowników i ofiary strajków pracowniczych polskich zakładów pracy w okresie Polski Ludowej. To monumenty będące symbolami oporu wobec władzy komunistycznej, oporu tyleż bohaterskiego, co tragicznego. Tragizm sytuacji strajków był ceną, którą płaciły protestujące osoby, ceną w postaci utraty życia lub kary więzienia. Istnieje wiele obiektów poświęconych tym zdarzeniom, które wzniesiono jeszcze w czasach istnienia żelaznej kurtyny, choćby monument stojący od 1981 roku przy Miejskim Przedsiębiorstwie Komunikacyjnym w Poznaniu i upamiętniający pomordowanych pracowników zakładu biorących udział w strajkach Poznańskiego Czerwca 1956 czy też wzniesiony w tym samym roku w Lublinie pomnik strajków pracowników Lubelskich Zakładów Naprawy Samochodów z 1980 roku. Jednym z najbardziej znanych jest jednak monumentalny Pomnik Poległych Stoczniowców 1970 w Gdańsku, postawiony w hołdzie pracownikom stoczni zamordowanym podczas strajku przez służby państwowe.

Można w tym miejscu zadać pytanie, dlaczego pomniki przypominające o tragicznych wydarzeniach nie wywołują lęku wśród kolejnych pokoleń pracowników, dlaczego nie zniechęcają ich do pracy w niebezpiecznym miejscu, a działają wręcz przeciwnie? W artykule nie ma niestety miejsca, by odpowiednio zgłębić ten problem, można natomiast podkreślić, że wykorzystywane w naukach o zarządzaniu proste teorie motywacji i zaspokajania potrzeb pracowniczych nie mają tutaj żadnego zastosowania i nie tłumaczą zjawiska. Wydaje się, że zrozumienie tego problemu nie jest możliwe bez odwołania się do głębszych znaczeń i wartości: do misji, posłannictwa, pracy dla wyższych idei, a może nawet ludzkiej odwagi i stawiania czoła niebezpieczeństwu, do komunikowanych przez pomniki mitów-przesłań, które uzasadniają pracę w skrajnych warunkach i pozwalają przewyciężyć strach.

Mit inspiracji i natchnienia

Nie trzeba powoływać się na koncepcję hierarchii potrzeb Abrahama Maslowa, by uzmysłowić sobie, że tym, co odróżnia ludzi (przynajmniej niektórych) od zwierząt, jest to, że ich działania nie zawsze determinowane są podstawowymi potrzebami.

Czasem niezbędny jest jakiś nieoczywisty czynnik, który pobudzi człowieka i da mu impuls do zrobienia czegoś. Nieoczywisty, czyli nie jakiś zwykły sensoryczny bodziec, biologiczny sygnał braku, ale głębszy stymulant – inspiracja do działania. Do działania równie wyjątkowego, takiego, które stanowi swego rodzaju wyzwanie. Inspiracje i natchnienia dają możliwość pokonywania wyzwań, ale są też swoistym mitem: po pierwsze, w kontekście ustawicznego (odwiecznego) ich poszukiwania, a po drugie, bo w pewnym sensie „zaczarowują” rzeczywistość – nierzadko bowiem dostrzega się je w zwykłych sprawach, na przykład w codziennej pracy, która dzięki temu „dostrzeżeniu” nabiera cech niezwykłości i staje się wyzwaniem. Ten wątek będzie tutaj szczególnie interesujący.

Inspiracje i natchnienia są immanentnym składnikiem człowieczeństwa, a przejawami ich oddziaływania są różnego rodzaju dzieła twórcze, zarówno te sprzed kilkunastu tysięcy lat (choćby rysunki i malowidła z jaskini Lascaux we Francji), jak i te współczesne. W starożytnej Grecji natchnienia przybierały postać boskich istot (co można uznać za odmianę deifikacji) i nazywano je Muzami. Obdarzano je kultem, gdyż dawały artystom i myślicielom wsparcie w ich pracy, będąc jednocześnie źródłem pomysłów i wena twórczą. Obecnie funkcję muz może pełnić w zasadzie wszystko, czego człowiek doświadcza, ale szczególną rolę w tym zakresie odgrywają dzieła twórcze, gdyż poprzez swoją nieoczywistą formę wyrazu mogą stać się inspiracją i pobudzać do działania (np. stworzenia kolejnego dzieła będącego odpowiedzią na to, które było źródłem natchnienia). Inspiracją mogą być również pomniki, co może być wykorzystane także w celach utylitarnych, np. w zarządzaniu przedsiębiorstwami poprzez wpływanie na wyobraźnię pracowniczą.

Zjawisko robienia użytku z pomników w takim właśnie celu występowało również w okresie peerelowskim i w ówczesnych miejscach pracy. Do tego rodzaju monumentalnych „muz” należy zaliczyć dwie kategorie obiektów: posągi patronów przedsiębiorstw oraz pomniki-rzeźby związane z zarządzaniem estetyką miejsca. Oba rodzaje pomników służyły „oczarowywaniu” pracowników i w ten sposób tworzeniu rzeczywistości organizacyjnej innej niż była w rzeczywistości.

Pierwszy typ pomników wpisuje się w retorykę propagandy PRL-u i odnosi się do działań mających na celu wkomponowanie przedsiębiorstw w przestrzeń ideologii komunistycznej. Przy wielu zakładach tamtego okresu stawiano monumenty patronów – ludzi-ikon poprzedniego systemu. Celem tego typu rozwiązań było znalezienie głębszych mechanizmów wpływu na społeczność przedsiębiorstw niż zwykła motywacja do pracy. Pomniki patronów komunistycznych kierowały do środowisk robotniczych przesłanie o poszukiwaniu inspiracji do pracy w imię wyższych wartości, wartości opartych na fundamencie komunistycznych ideałów, których symbole stoją na cokółkach przed zakładami pracy. Wiele tego typu pomników poświęcono postaci Marcelego Nowotki, współzałożyciela i I sekretarza Polskiej Partii Robotniczej. Dwa jego pomniki stały na terenie Zaodrzańskich Zakładów Przemysłu Metalowego „Zastal” w Zielonej Górze, kolejny stał przy Hucie Ostrowiec

w Ostrowcu Świętokrzyskim, jeszcze jeden, autorstwa Gustawa Zemły, odsłonięto w 1973 roku przed Zakładami Mechanicznymi tegoż imienia w Warszawie. Były też pomniki patrona Karola Świerczewskiego. O warszawskim, stojącym od 1968 roku przed Fabryką Wyrobów Precyzyjnych, już wspominałem, natomiast drugi związany był z Zakładami Mechanicznymi „Zamech” w Elblągu. Istniały przynajmniej dwa (tyle udało mi się zidentyfikować) monumenty Włodzimierza Lenina: w Skawinie, przy Zakładach Metalurgicznych „Skawina”, oraz w Krakowie, przy bramie wjazdowej do Huty im. Lenina, wzniesiony w 1970 roku. Istniały też dwa pomniki (z 1969 i 1975 roku (il. 3)) Marcina Kasprzaka, patrona Zakładów Radiowych w Warszawie, jak również innych komunistycznych patronów: Juliana Marchlewskiego (Zakłady Celulozowo-Papiernicze we Włocławku), Ludwika Waryńskiego (Zakłady Bumar-Waryński w Warszawie), Bolesława Bieruta (Huta im. Bieruta w Częstochowie), Józefa Wiczorka (Kopalnia Węgla Kamiennego „Wieczorek” w Katowicach), Feliksa Dzierżyńskiego (Zakłady Azotowe w Tarnowie) i Władysława Gomułki (Fabryka Samochodów Osobowych w Warszawie). Był też pomnik jednej kobiety, działaczki komunistycznej Hanki Sawickiej, patronki Zakładów Przemysłu Wełnianego w Bielsku Białej. Oprócz polskich akcentów były też pomniki obcokrajowców: Bułgara Georgija Dimitrowa (Zakłady Wytwórcze Aparatury Wysokiego Napięcia ZWAR) oraz Ho Chi Mincha (Zakłady Naprawcze Taboru Kolejowego w Pruszkowie). W historii Dimitrowa pojawił się polski akcent – był on odpowiedzialny m.in. za powstanie Polskiej Partii Robotniczej – co może tłumaczyć jego wybór na patrona. Natomiast Ho Chi Minch, prezydent Demokratycznej Republiki Wietnamu, nie miał żadnego związku z Polską. Był natomiast symbolem zwycięstwa komunizmu nad światem zachodnim w wojnie wietnamskiej. Wybór miał więc charakter czysto ideologiczny. Praca w zakładzie pod patronatem takiej postaci przedstawiała być czymś powszednim, nabierała natomiast charakteru wyzwania i walki z kapitalistycznym imperializmem.

W mit natchnienia i inspiracji, choć odmiennego typu, można też wpisać pomniki innych patronów zakładów pracy, mianowicie świętych postaci. Z przyczyn jednak oczywistych stawianie tego rodzaju figur na terenie państwowych przedsiębiorstw w czasach Polski Ludowej co do zasady nie było możliwe. Istnieją tylko pojedyncze przypadki wznoszenia takich obiektów, które przetrwały do czasów po zmianie ustrojowej w 1989 roku. Mowa chociażby o posągu św. Katarzyny Aleksandryjskiej, patronki kolejarzy, z Zakładów Naprawczych Taboru Kolejowego w Opolu oraz św. Floriana, patrona hutników, z Huty „Batory” w Chorzowie. Istniało jednak wiele nacisków ze strony władz komunistycznych, by monumenty te zlikwidować, gdyż symbole religijne burzyły preferowany porządek komunistycznego zakładu pracy.

Drugim źródłem omawianego tutaj mitu były pomniki artystyczne, których celem było stworzenie obrazu miejsca pracy jako wyjątkowego i nowoczesnego, wykreowanie niepowtarzalnego zakładowego *genius loci*, który wypełnia wyobraźnię pracowników pozytywnymi skojarzeniami i doznaniem, wyzwalając witalność,

zapał oraz chęć do pracy i niewymuszonego przebywania w zakładzie. Przykładów wznoszenia monumentalnych prac artystycznych przed przedsiębiorstwami jest wiele. Warto podać kilka przykładów, które są tutaj odpowiednią ilustracją, np. wspomniany pomnik renifera sprzed Dolnośląskich Zakładów Białoskórniczych-Rękawniczych „Renifer” w Świdnicy, rzeźba lot autorstwa Henryka Burzeca z połowy lat 60. XX wieku stojąca przed Polskimi Zakładami Lotniczymi w Mielcu czy też dwa obiekty z Łodzi: posąg leżącej kobiety o nazwie „Słowianka” autorstwa Mariana Kuriaty zlokalizowany przed Fabryką Dywanów „Dywilan” oraz rzeźba „Olimpia” wykonana przez Halinę Wincior-Ożerską i wyeksponowana w 1978 roku przed Zakładami Dziewiarskimi o tej samej nazwie.



Il. 3. Pomnik-popiersie Marcina Kasprzaka sprzed byłych Zakładów Radiowych w Warszawie. Autor zdjęcia: Mateusz Opasiński

Źródło: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pomnik_Marcina_Kasprzaka_w_Warszawie.JPG (CC BY-SA 3.0) [odczyt: 25.03.2022].

Mit misji społecznej

Niesienie pomocy innym, wspieranie jednostek i grup ma charakter ponadczasowy, a archetyp opiekuna, który wsłuchuje się w potrzeby ludzi (i nie tylko ludzi) oraz podejmuje altruistyczne próby ich zaspokojenia, występuje w dawnych i współczesnych opowieściach. Ukryte w nich przesłanie misji społecznej dotyczy zresztą nie tylko jednostek, również organizacje tworzą opowieści o sobie, wykorzystując mit pomocy potrzebującym. To na kanwie tego motywu rozwinął się nurt *Corporate Social Responsibility* (CSR) i to on był również obecny w działalności peerelowskich przedsiębiorstw i komunikowany za pomocą przestrzennych obiektów artystycznych.

Jedna z odsłon misji społecznej dotyczyła zaangażowania się zakładów pracy poprzedniego ustroju w świat sztuki i dotyczyła dwóch kwestii: kontaktu pracowników z twórczością i mecenatu skierowanego do artystów. Potrzeba upowszechniania kultury i sztuki wśród klasy robotniczej oraz podnoszenia jej kompetencji estetycznych pojawiła się zaraz po II wojnie światowej i zawarta była w przemówieniu Bolesława Bieruta z 1947 roku (Stano 2019: 298). Wdrażaniem założeń tego apelu zajęły się między innymi zakłady pracy. Jednocześnie przedsiębiorstwa, również zgodnie z wytycznymi władz, oferowały samym artystom pomoc, stwarzając odpowiednie warunki do tworzenia w postaci: miejsca pracy, materiałów, narzędzi, pomocy pracowników i wielu innych udogodnień. W ten oto sposób zakłady pracy stawały się organizacjami opiekuńczymi, a wykonane przez artystów i pozostawione na terenie przedsiębiorstw dzieła pełniły funkcję nośników tego mitu.

Początków mecenatu przemysłowego w Polsce należy szukać w pierwszej połowie lat 60. XX wieku (Stano 2019: 44–45). Przybierał on różne wymiary i dotyczył rozmaitych form twórczych, w tym także rzeźby współczesnej – i pomnikowej, i abstrakcyjnej. Rzeźby abstrakcyjne, o których chciałbym w tym miejscu wspomnieć, choć u swojego założenia pomnikami nie są, to jednak mogą pełnić taką funkcję. Tradycyjnie pojmowany pomnik odwołuje się do tego, co było i utrwała tę przeszłość. Obiekt abstrakcyjny również może przywoływać i zatrzymywać wiele różnych wspomnień, chociażby o ludziach, miejscu i innych kontekstach jego powstania. W tym sensie rzeźba abstrakcyjna również może być nośnikiem pamięci. Poza tym nie każdy pomnik musi upamiętniać; istnieją przecież pomniki symboli czy ludzi pracy wznoszone chociażby ku chwale określonych grup zawodowych. Podobne znaczenie mogą pełnić figury abstrakcyjne: mogą przecież podnosić prestiż miejsc, w którym je wzniesiono, w tym także zakładów produkcyjnych. W czasach Polski Ludowej powstawało wiele tego rodzaju obiektów, tworzonych zarówno w ramach większych inicjatyw artystycznych, jak i na zasadzie indywidualnej współpracy twórcy z zakładem pracy.

Wspomniane większe inicjatywy artystyczne realizowane były na zasadzie kooperacji przedsiębiorstw ze środowiskami twórczymi. Wśród szczególnie aktywnych w tym zakresie wymienić można Zakłady Mechaniczne „Zamech” w Elblągu, gdzie

w okresie od 1965 do 1986 roku powstało 51 dzieł przestrzennych (jedno z nich zaprezentowane jest na ilustracji 6), zwłaszcza podczas pięciu odsłon Biennale Form Przestrzennych (Breguła 2013). Rzeźby eksponowano przed zakładami i na terenie miasta. Do dziś stoją rozsięte w wielu miejscach Elbląga i przypominają o zaangażowaniu społecznym nieistniejącego już przedsiębiorstwa. Wśród ważnych ośrodków przemysłowych biorących udział w takich wydarzeniach warto podać też przykład Zakładów Azotowych w Puławach, gdzie w 1966 roku miało miejsce Sympozjum Artystów Plastyków i naukowców, podczas którego powstało wiele obiektów rzeźbiarskich, czy Zakładów Radiowych im. Marcina Kasprzaka w Warszawie, które objęło patronat nad stołecznym Biennale Rzeźby w Metalu w 1968 roku.



Il. 4. Rzeźba autorstwa Zbigniewa Dłubaka zrealizowana w ramach I Biennale Form Przestrzennych organizowanego w Zakładach Mechanicznych „Zamech” w Elblągu. Autor zdjęcia: Lukasz Kot

Źródło: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Forma_przestrzenna_Zbigniewa_D%C5%82ubaka_-_Park_Kajki_w_Elbl%C4%85gu.jpg (CC BY-SA 4.0) [odczyt: 25.03.2022].

Z kolei wśród indywidualnie realizowanych prac wymienić można rzeźbę o nazwie *Skrzydła morza* z 1973 roku autorstwa Anny Szalast, stworzoną w przedsiębiorstwie Famor w Bydgoszczy, czy wspomnianą już wcześniej pracę Józefa Opały

wykonaną w 1976 roku w Ostrowieckich Zakładach Materiałów Ogniotrwałych. Warto też w tym miejscu wspomnieć o interesujących ze względu na formę kilku abstrakcyjnych rzeźbach stojących przed przedsiębiorstwem Hutmen we Wrocławiu, które powstały w latach 70. i 80. XX wieku.

Z powodu ograniczonej objętości niniejszego artykułu nie sposób dokładnie omówić tego zagadnienia. Podane przykłady obiektów abstrakcyjnych są jednak dobrą ilustracją poruszanej problematyki: odwołują się bowiem do uskutecznianej w czasach peerelu współpracy państwowych zakładów pracy z artystami i wpisują się w lansowany wówczas mit niesionej pomocy społecznej i podejmowanej przez przedsiębiorstwa roli opiekuna sztuki. Oczywiście zakres ich zaangażowania był zróżnicowany, jednak w żadnym wypadku nie chodziło o wzrost wydajności produkcji, a o ukazanie siebie jako uwrażliwionych na potrzeby ludzi podmiotów, w których to działalność wytwórcza ma przede wszystkim pełnić funkcję społeczną, zgodną z wizją państwa socjalistycznego.

Podsumowanie

Po zebraniu i dokonaniu interpretacji pomników przedsiębiorstw Polski Ludowej udało się odpowiedzieć na pytanie badawcze dotyczące tego, jakie mity – czyli przesłania – komunikowane były poprzez te obiekty i jak dzięki nim wpływno na wyobraźnię pracowników (i innych ludzi), kształtując opinie i postawy wobec zakładów pracy i przemysłu w PRL-u. Mit wielkości i doskonałości budował obraz przedsiębiorstwa, które wpisywało się w państwową wizję rozwoju gospodarczego, wykraczającego poza przyjęte plany. Mit przełamywania barier kazał postrzegać zakłady pracy jako miejsca rywalizacji, współzawodnictwa pracowniczego, które są idealnym miejscem rozwoju dla ludzi ambitnych. Z kolei dzięki mitowi bohaterstwa i tragizmu organizacje przemysłowe Polski Ludowej stawały się miejscami pamięci. Pamięci o ludziach, którzy poświęcili własne zdrowie i życie dla dobra ogółu. Kolejne przesłanie budowało w wyobraźni pracowników wizję zakładów pracy jako miejsc inspirujących, dających natchnienie, dzięki czemu zwykła praca nabierała cech wyjątkowości i stawała się wyzwaniem. Wreszcie mit misji społecznej konstruował obraz przedsiębiorstw realizujących wyższe cele, a nie tylko produkcyjne, jako miejsc pracy, które mają zaspokajać potrzeby wyższego rządu.

Przyglądając się wszystkim powyższym mitom dostrzec można pewien wspólny mianownik. Można odnieść wrażenie, że stawianie zakładowych pomników w czasach komunistycznych miało na celu zbudowanie wizji przedsiębiorstwa jako organizacji idealnej, jako superorganizacji. Nie chodzi tutaj jednak o organizację idealną w rozumieniu Maxa Webera z doskonale zaprojektowanym mechanizmem biurokracji, której Gareth Morgan nadał metaforyczną nazwę „organizacji maszyny” (Morgan 2013). Chodzi natomiast o idealną organizację jako czyste wyobrażenie. Punktem

wyjścia Webera była idea, koncepcja biurokracji, natomiast efektem miała być odpowiednio funkcjonująca organizacja – biurokracja w praktyce. W przypadku pomników i mitów peerelowskich chodziło o coś innego. Tutaj myśl idealnej organizacji również była punktem wyjścia – odgórną koncepcją władz komunistycznych – ale efekt miał być inny. Pomniki zakładowe nie miały nic wspólnego z praktyką produkcji (nie zwiększały efektywności, nie przynosiły materialnych korzyści), a ich zadaniem nie było stworzenie idealnie funkcjonującej organizacji w rzeczywistości. Pomniki pełniły funkcję symboliczną: za pomocą mitów przekazywały koncepcję idealnej organizacji i zagnieźdżały ją w głowach pracowników, infekowały nią wyobraźnię. Osoby zatrudnione miały przede wszystkim być przekonane, że pracują w idealnych przedsiębiorstwach. Miały być przekonane, ale w obrębie własnej wyobraźni. Miały mieć wyobrażenie pracy w idealnym zakładzie. Tymczasem rzeczywistość nierzadko była inna, ponieważ podobnie jak u Webera, wizja idealnego przedsiębiorstwa socjalistycznego PRL-u oparta była na utopii. Zakłady pracy tylko odwoływały się do szczytnych idei, w tym solidarności i sprawiedliwości, które w praktyce nie mogły być zrealizowane. Strajki pracownicze w różnych okresach czasów komunistycznych były namacalnym tego dowodem, potwierdzeniem tego, że ta idealna wizja nie miała nic wspólnego z życiem. Nie dawała bowiem klasie robotniczej obiecanego szczęścia, była natomiast źródłem szeregu problemów.

Jednocześnie chciałbym w tym miejscu wyraźnie podkreślić, że powyższe uogólnienie nie dotyczy wszystkich pomników zakładowych stawianych w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, a przynajmniej nie wprost. Monumenty poświęcone strajkom i ich ofiarom oraz pomniki świętych postaci, choć wpisywały się w omówione przeze mnie mity, to jednak nie budowały obrazu idealnej organizacji socjalistycznej. Działały natomiast przeciwnie i negowały tę wizję. Poprzez tę negację jeszcze wyraźniej uwypuklały ten utopijny obraz, ponieważ na piedestale stawiały problemy społeczne z nim związane oraz symbole sprzeciwu.

Na koniec warto zaznaczyć, że choć praca odnosiła się do niewielkiego wycinka rzeczywistości związanej z zarządzaniem przedsiębiorstwami i można powiedzieć, że poruszała temat niszowy, to wnioski mają charakter ogólny i przyczyniają się do rozwoju teorii organizacji w zakresie znaczenia mitów w życiu przedsiębiorstw. Po pierwsze, w artykule ukazałem, że istnieje związek pomiędzy mitami organizacyjnymi i mitami funkcjonującymi poza organizacją, w szerszej rzeczywistości społecznej. Co prawda realizowane na potrzeby niniejszej pracy badania odnosiły się do rzeczywistości Polski Ludowej, jednakże podobne badania można prowadzić w odniesieniu do innych ustrojów, gdyż zależność między mitami charakterystycznymi dla różnych epok i systemów gospodarczych a mitami tworzonymi wokół przedsiębiorstw działających w tych systemach wydaje się czymś uniwersalnym. Po drugie, podkreśliłem rolę, jaką odgrywają materialne obiekty o symbolicznym znaczeniu w tworzeniu mitologii organizacyjnej. W opracowaniu nacisk położony jest na pomniki, tymczasem można przeprowadzić badania również innych obiektów

występujących w organizacjach (choćby maszyn i pojazdów, ubioru, elementów architektury) w zakresie ich mitotwórczych możliwości. Wreszcie po trzecie, wskazałem, że rozmyślne wykorzystywanie mitów przez organizacje – opieranie na nich systemów pracy i zarządzania – ma charakter utopijny i może doprowadzić do ich upadku. Mity socjalistyczne przesłaniały przecież rzeczywistą kondycję peerelowskich przedsiębiorstw, uniemożliwiając podjęcie działań naprawczych. Podobnie może być w przypadku kapitalistycznych zakładów pracy, zwłaszcza w obliczu aktualnego kryzysu gospodarczego. Ten ostatni wątek wymagałby jednak weryfikacji w postaci stosownych badań.

Praca ma też swoje ograniczenia, o których również wypada napisać. Najważniejsza jest zastosowana metodologia. Badania jakościowe obarczone są problemem subiektywnego spojrzenia badacza na rzeczywistość, która go interesuje. Jeśli nawet materiał badawczy zebrany jest rzetelnie, to sposób jego interpretacji zawsze jest w jakimś stopniu uzależniony od perspektywy osoby, która jej dokonuje. Przedstawione w tym artykule wyniki badań są więc w pewnym zakresie moją własną interpretacją. Do tego dochodzi jeszcze kwestia mitów, które same w sobie są niematerialnym tworem, co również nie jest bez znaczenia podczas ich analizy. Niewłaściwie przeprowadzona może nosić znamiona nadinterpretacji. W pracy starałem się jednak zachować stosowną ostrożność, wykazując się jednocześnie wnikliwością badawczą.

Bibliografia

- Antkowiak Zygmunt (1985). *Pomniki Wrocławia*. Wrocław: Ossolineum.
- Bowles Martin L. (1989). Myth, Meaning and Work Organization. *Organization Studies*, 10(3), 405–421.
- Breguła Karolina (2013). *Wstęp*. W: Karolina Breguła (red.), *Formy przestrzenne jako centrum wszystkiego*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana.
- Burrell Gibson, Morgan Gareth (2005). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Campbell Joseph (2019). *Potęga mitu*, tłum. Ireneusz Kania. Kraków: Znak.
- Carnegie Elizabeth, Kociatkiewicz Jerzy J. (2022). Dances with Despots: Tourists and the Afterlife of Statues. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(2–3), 1–16.
- Cybulski Marek (2020). *O górniku z miasta Słupiec*, <https://www.facebook.com/noworuders/posts/1974007199427619/> [odczyt: 30.03.2022].
- Czajkowski Paweł, Pabjan Barbara (2013). *Pamięć zbiorowa mieszkańców Wrocławia a stosunek do niemieckiego dziedzictwa miasta*. W: Robert Wiszniewski, Jerzy Juchnowski (red.), *Współczesna teoria i praktyka badań społecznych i humanistycznych*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 739–761.
- Czeremski Maciej (2016). *Strategia mitu w marketingu*. Kraków: Wydawnictwo Libron.

- Ćwiek-Rogalska Karolina (2019). Jak badać pomniki ku czci poległych i zaginionych w I wojnie światowej na „Ziemiach Odzyskanych”? W: Małgorzata Karczewska (red.), *Cmentarze i pomniki I wojny światowej po stuleciu. Stan badań i ochrony*. Białystok: Ośrodek Badań Europy Środkowo-Wschodniej.
- Durkheim Émile (2000). *Zasady metody socjologicznej (przedmowa do wydania drugiego)*, tłum. J. Szacki. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Eliade Mircea (1998). *Aspekty mitu*, tłum. Piotr Mrówczyński. Warszawa: KR.
- Eriksson-Zetterquist Ulla (2008). Living with the Myth of Unattainable Technology. W: Monika Kostera (red.), *Organizational Epics and Sagas: Tales of Organizations*. London: Palgrave Macmillan, 25–38.
- Furusten Staffan (1995). *The Menegerial Discourse: A Study of the Creation and Diffusion of Popular Management Knowledge*. Uppsala: Uppsala University.
- Goliński Eugeniusz (2001). *Pomniki Poznania*. Poznań: Quadra – Wojciech Deresiński.
- Góra Władysław (1979). *Refleksje nad historią Polski Ludowej*. Lublin: Wydawnictwo Lubelskie.
- Górski Piotr (2018). Historia i zarządzanie. Typologia podejść badawczych. *Nauka*, 3, 107–124.
- Hatch Mary Jo., Kostera Monika, Koźmiński Andrzej (2005). *The Three Faces of Leadership: Manager, Artist, Priest*. London: Blackwell.
- Klik Marcin (2016). *Teorie mitu*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Koselleck Reinhart (2012). Przepusty pamięci i warstwy doświadczenia. W: Reinhart Koselleck (red.), *Warstwy czasu. Studia z metahistorii*. Warszawa: Oficyna Naukowa, 241–259.
- Kostera Monika (2003). *Antropologia organizacji. Metodologia badań terenowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kostera Monika (2008). The Mythologization of Organization. W: Monika Kostera (red.), *Organizational Epics and Sagas: Tales of Organizations*, London: Palgrave Macmillan, 9–13.
- Kostera Monika (2010). *Organizacje i archetypy*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Kostera Monika, Śliwa Martyna (2012). *Zarządzanie w XXI wieku*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Kowalewski Maciej (2007). Zmiany na cokołach. Uwagi o funkcjach pomników w przestrzeni miasta. *Obóz. Problemy narodów byłego obozu komunistycznego*, 49, 125–137.
- Kryński Ryszard (2013). Wpis na forum kondolencyjnym, http://www.pogrzeby.wrotniewscy.pl/?option=com_rtfunerals&view=funeral&id=235 [odczyt: 17.03.2022].
- Laberschek Marcin (2018). *Symboliczne stanowienie władzy w organizacjach*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Laberschek Marcin (2019a). Znaczenie pomników przedsiębiorstw w przestrzeni społecznej. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 15(3), 136–161.
- Laberschek Marcin (2019b). Monumentalne wizerunki. Pomniki jako obrazy przedsiębiorstw. *Zarządzanie w Kulturze*, 20(2), 199–220.
- Laberschek Marcin (2020). W cieniu fabryki. Wizja katastrofy Zakładów Azotowych w Mościcach w pomniku Wilhelma Sasnała. *Zarządzanie w Kulturze*, 21(4), 325–346.
- Laberschek Marcin (2021a). Monuments to Enterprises in Communist-era Poland: The Creation and Consolidation of an Organisational Identity Through Art. W: Monika Kostera, Cezary Woźniak (red.), *Aesthetics, Organization, and Humanistic Management*, New York – Abingdon: Routledge, 150–171.

- Laberschek Marcin (2021b). Mechanizmy przywoływania pamięci. Trzy pomnikowe maszyny przedsiębiorstw regionu kaszubskiego. W: Ewa Kocój et al. (red.), *Kaszubskie dziedzictwo kulturowe. Ochrona – trwanie – rozwój*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2021, 219–241.
- Lesiakowski Krzysztof (2020). Polanil, Bistona, Kalina, czyli... Gierkowska modernizacja łódzkiego przemysłu – ambitne zamierzenia i dyskusyjne efekty. *Kronika Miasta Łodzi. 200 lat Łodzi przemysłowej*, 88, 137–148.
- Molski Piotr (2019). Zarządzanie pomnikami historii. *Ochrona Dziedzictwa Kulturowego*, 7, 123–133.
- Morgan Gareth (2013). *Obrazy organizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Napiórkowski Marcin (2019). *Kod kapitalizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Nijakowski Lech M. (2001). Domeny symboliczne. O znaczeniu pomników w przestrzeni dominacji symbolicznej na przykładzie Śląska. *Kultura i Społeczeństwo*, 45(3–4), 81–104.
- Rekeś Magdalena (2019). Wyobrażenia zbiorowe – próba kategoryzacji pojęcia. W: Andrzej Dubicki, Magdalena Rekeś, Andrzej Sepkowski (red.), *W kręgu wyobrażeń zbiorowych. Polityka, władza, społeczeństwo*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 9–31.
- Sawicki Jacek Zygmunt (2015). Pomnik jako pole bitwy. *Roczniki Nauk Społecznych*, 7(43)/3, 85–112.
- Sedláček Tomáš (2012). *Ekonomia dobra i zła. W poszukiwaniu istoty ekonomii od Gilgamesza do Wall Street*. Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
- Siekierska Anna (2021). *Pamięć o buhajach odlana z brązu i wykuta w kamieniu*, <https://holstein.pl/pamiec-o-buhajach-odlana-z-brazu-i-wykuta-w-kamieniu/> [odczyt: 17.03.2022].
- Sikorski Czesław (2019). *Mity w zarządzaniu*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Stano Bernadeta (2019). *Artysta w fabryce. Dwa oblicza mecenatu przemysłowego*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Sułkowski Łukasz (2012). *Epistemologia i metodologia zarządzania*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sułkowski Łukasz (2013). Paradygmaty nauk o zarządzaniu. *Współczesne Zarządzanie*, 2, 17–26.
- Swoboda Szymon (2016). Komu grają Organy? Wokół historii i mitów pomnika na Przełęczu Snozka. *Zeszyty Wiejskie*, 22, 169–184.
- Tillich Paul (1991). *Symbol religijny*. W: Michał Głowiński (red.), *Symbole i symbolika*, tłum. Maria Bożena Fedewicz. Warszawa: Czytelnik.
- Waligóra Waclaw (1985). *Monografia przedsiębiorstw hodowli zarodowej Wielkopolski, Ziemi Lubuskiej, i Pomorza Zachodniego w latach 1954–1984*. Poznań: Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne Oddział w Poznaniu.
- Wallis Aleksander (1990). *Socjologia przestrzeni*. Warszawa: Niezależna Oficyna Wydawnicza.
- Wilk Hubert (2006). Propaganda współzawodnictwa pracy. *Polska 1944/45–1989. Studia i Materiały*, 7, 153–175.
- Wilk Hubert (2011). *Kto wyrąbie więcej ode mnie? Współzawodnictwo pracy robotników w Polsce w latach 1947–1955*. Warszawa: Trio.