

# Małgorzata Fidelis

---

## Czy jesteś nowoczesną dziewczyną? : młode Polki a kultura konsumpcyjna w latach 60.

---

Teksty Drugie : teoria literatury, krytyka, interpretacja nr 2 (152), 303-323

---

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

---

## Czy jesteś nowoczesną dziewczyną? Młode Polki a kultura konsumpcyjna w latach 60.

Małgorzata Fidelis

---

Tłumaczenie zostało sfinansowane z funduszu projektu "Historia ratownicza" (program Mistrz, dr hab. Ewa Domanska, prof. UAM, FNP).

**W** 1962 roku młoda prządka z fabryki włókienniczej w południowej Polsce napisała autobiografię na konkurs wspomnień organizowany przez popularne czasopismo „Nowa Wieś”. W relacji, którą zatytułowała *Marzę o Paryżu*, pisała o swojej przeprowadzce ze wsi do miasta, odkryciu miejskiego stylu życia oraz o radości,

---

Oryginalny artykuł ukazał się w zbiorze *Gender Politics and Everyday Life in State Socialist East Central and Southeastern Europe* (Palgrave Macmillan, New York 2009). Dziękuję Palgrave Macmillan za zgodę na przedruk tego artykułu w języku polskim. Dziękuję także Annie Regulskiej za przekład tekstu oraz Ewie Domańskiej i Andrzejowi Paczkowskiemu za cenne uwagi dotyczące polskiej terminologii. Tłumaczenie zostało sfinansowane z funduszu projektu „Historia ratownicza” (program Mistrz, dr hab. Ewa Domanska, prof. UAM, FNP). Badania przedstawione w tym rozdziale sfinansował Wydział Historii Uniwersytetu Illinois w Chicago. Wcześniejszą wersję artykułu wygłoszono na Seventh European Social Science History Conference w Lizbonie, która odbyła się w dniach 26 lutego-1 marca 2008 roku. Chciałabym podziękować uczestnikom tej konferencji a także Jill Massino, Shanie Penn, Emily Greble, Irinie Gigovej, Katherine Lebow, Basi Nowak, Junko Takedzie oraz anonimowemu recenzentowi zbioru studiów *Gender Politics and Everyday Life* za ich wartościowe komentarze. Specjalne podziękowania należą się mojej asystentce w Polsce – Izabeli Smacznej.

---

**Małgorzata Fidelis** – Associate Professor na Wydziale Historycznym Uniwersytetu Illinois w Chicago; autorka *Women, Communism, and Industrialization in Postwar Poland* (Cambridge University Press, 2010; polskie wydanie planowane na 2016) jak również licznych artykułów. Jej najnowsze badania dotyczą kultury młodzieżowej i studenckiej w Polsce w kontekście tzw. Światowych Lat Sześćdziesiątych. Kontakt: gosiao1@uic.edu

jaką przynosiły jej zagraniczne wycieczki. Przyznała, że podróże zagraniczne są dla niej ważniejsze niż małżeństwo i założenie rodziny. „Niektórzy mają mi to za złe – stwierdziła. – Chcą tylko, aby siedzieć w domu. Uważają, że kobieta, to tylko gospodyni domowa, że powinna ona tylko zajmować się garami, gotowaniem, praniem, łataniem i innymi pracami. A ja jestem innego zdania – przecież walczyliśmy o równouprawnienie”<sup>1</sup>.

Inna kobieta w pamiętniku zatytułowanym *Z podgórskiej wsi do Nowej Huty*, zgłoszonym pod koniec dekady na podobny konkurs, opisała, jak po rozpoczęciu pracy w Hucie im. Lenina odkryła modę i kosmetyki: „Zaczęłam coraz bardziej dbać o wygląd zewnętrzny – pisała. – Przede wszystkim zmieniłam uczesanie, interesowałam się modą, kupowałam żurnale [...]. Pilnie śledziłam zalecenia mody. [...] Dbiałam więcej niż zwykle o cerę, dobieierałam odpowiednie kremy”<sup>2</sup>.

Kiedy po raz pierwszy przeczytałam te wspomnienia, uderzyło mnie, jak bardzo akcentują one przyjemności związane z kobiecością, które nie pasują do obiegowej wizji życia codziennego kobiet w systemie komunistycznym – przepracowanych matek obarczonych podwójnie: pracą w domu i poza domem<sup>3</sup>. Mimo że surowe realia życia w komunistycznych społeczeństwach (i nie tylko) wymagały od kobiet pracy zawodowej na pełen etat, opieki nad dziećmi oraz prowadzenia gospodarstwa domowego, nie należy zakładać, jakoby egzystencja w powojennej Europie Środkowo-Wschodniej była wyłącznie trudna i ponura. W artykule tym staram się pokazać, w jaki sposób reżim komunistyczny zachęcał kobiety, zwłaszcza

1 *Marzę o Paryżu*, w: *Awans pokolenia. Pamiętniki i studia*, red. J. Chałasiński, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1964, s. 715. *Marzę o Paryżu* wydano w 1964 roku, ale z datą marzec 1962.

2 *Z podgórskiej wsi do Nowej Huty*, w: *Drogi awansu w mieście*, red. J. Chałasiński, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1972, s. 111.

3 Przez pojęcie „komunizm” rozumiem tu system państwowy oparty na marksizmie-leninizmie, wprowadzony początkowo w Związku Radzieckim, a po II wojnie światowej także w Polsce i w innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej. Stosuję ten termin częściej niż „socjalizm”, ponieważ ten ostatni może odnosić się do szerokiego wachlarza praktyk i ideologii socjalistycznych (np. socjaldemokratycznych w Europie Zachodniej czy Skandynawii). Szerzej na temat terminologii zob. A. Roberts *The State of Socialism: A Note on Terminology*, „Slavic Review” (Summer 2004) 63, no. 2, s. 349-366. Więcej o podwójnym obciążeniu (tzw. *double burden*) zob. np.: *Ana's Land: Sisterhood in Eastern Europe*, ed. T. Renne Boulder, Westview Press, Boulder 1997; B. Einhorn *Cinderella Goes to Market: Citizenship, Gender and Women's Movements in East-Central Europe*, Verso, London 1993; *Superwomen and the Double Burden: Women's Experience of Change in Central and Eastern Europe and the Former Soviet Union*, ed. Ch. Corrin, Scarlet Press, London 1992.

młode i niezamężne, do uprzyjemniania sobie życia codziennego. Czynności uprzyjemniające kojarzono zwykle z nabywaniem produktów konsumpcyjnych oraz edukacyjną rozrywką (np. czytanie książek, czasopism czy wycieczki krajoznawcze). Jak wynika z cytowanych wspomnień, umiarkowana konsumpcja promowana przez państwo mogła rozbudzać potrzeby i inspirować pasje indywidualne.

Upublicznianie zainteresowania kobiet modą i rozrywką odzwierciedlało zmiany codzienności oraz ról płciowych kojarzone z okresem postalinowskim. Nacisk oficjalnych mediów na konsumpcję obrazował odejście od stalinowskiego obrazu młodych kobiet jako politycznych aktywistek oraz równoprawnych pracowniczek. Zaledwie kilka lat wcześniej publikacje propagandowe głosiły podobną do wojennej mobilizację robotnic oraz rekrutację na stanowiska zdominowane dotąd przez mężczyzn, tzw. nowe zawody, jak np. traktorzystka. Jednocześnie promowały wspólnotową tożsamość oraz poświęcenie dla wyższego dobra, czyli budowania socjalizmu<sup>4</sup>. Tymczasem autorki *Marzę o Paryżu* i *Z podgórskiej wsi do Nowej Huty* nie opowiadały o swoim zaangażowaniu w pracę zawodową, równouprawnienie płci czy też w ideologię komunistyczną. Pisały o poprawiającym się poziomie życia, chęci podróży, modzie, kawiarniach i umawianiu się na randki. Ich wypowiedzi ukazują nowy wizerunek młodych kobiet w powojennej Polsce, obejmujący niezależność finansową, dążenie do urozmaiconego spędzania czasu, z dala od obowiązków domowych oraz nowe sposoby podkreślania kobiecości dzięki modzie i kosmetykom.

Artykuł ten koncentruje się na wizerunku tzw. nowoczesnej dziewczyny, promowanym przez popularne media w latach 60. Ukazuje, że w tym okresie oficjalne dyskusje o nowoczesnej dziewczynie były próbą odpowiedzi na społeczne, ekonomiczne i polityczne zmiany związane z przejściem od represyjnego systemu stalinowskiego do bardziej liberalnych czasów poststalinowskich. W ten sposób debaty o nowoczesnej dziewczynie, szczególnie na łamach popularnych czasopism, dają obraz stanu przejściowego polskiego państwa i społeczeństwa. Pokazują, w jaki sposób nowe strategie polityczne – polegające już nie na represjach, ale raczej na uzyskiwaniu poparcia społecznego innymi metodami – kształtowały rzeczywistość, w której w swobodniejszych warunkach politycznych zderzała się tradycja narodowa

4 Więcej o polityce zatrudnienia oraz wizerunku robotnicy w stalinowskiej Polsce: M. Fidelis *Equality through Protection: The Politics of Women's Employment in Postwar Poland, 1945-1957*, „Slavic Review” (Summer 2004) 63, no. 2, s. 301-324.

z komunizmem oraz zimnowojenna kultura życia codziennego „Wschodu” i „Zachodu”.

Mimo oficjalnego poparcia dla wizerunku nowoczesnej dziewczyny partyjni aktywiści oraz redaktorzy prasowi mogli obawiać się, że promocja kultury konsumpcyjnej – wszakże najbardziej kojarzona z kapitalistycznym Zachodem – mogłaby spowodować odwrócenie młodych ludzi od idei komunizmu. Dlatego od samego początku wizerunek nowoczesnej dziewczyny pełen był sprzeczności. Pod koniec lat 60., kiedy wzrastały wewnętrzne oraz międzynarodowe napięcia, społeczni komentatorzy mieli coraz bardziej ambiwalentny stosunek do przyswajania przez kobiety „nowoczesnych” wartości. Zwłaszcza protesty studenckie w 1968 roku skłoniły prasę popularną, by ostrzec czytelników przed niebezpiecznymi interpretacjami nowoczesnej konsumpcji. Zmieniający się wizerunek nowoczesnej dziewczyny w latach 60. nie może być zatem analizowany w oderwaniu od szeroko pojmowanych kwestii politycznych. Szerzej odzwierciedlał on bowiem próby zdefiniowania narodowych i socjalistycznych tożsamości w powojennym polskim społeczeństwie.

### **Komunizm a nowoczesne życie**

U progu lat 60. wielu młodych Polaków oczekiwało spełnienia się przynajmniej niektórych postulatów odwilży październikowej z 1956 roku, gdy po upadku stalinizmu do władzy doszedł nowy sekretarz – Władysław Gomułka. W okresie stalinowskim Gomułka został usunięty z partii za swoje domniemane „nacjonalistyczne odchylenie”. Głosił on ideę „polskiej drogi do socjalizmu”, w ramach której postulowano włączenie polskich tradycji narodowych do ustroju socjalistycznego. Po 1956 roku inteligencja i studenci zabiegali o wolność słowa, robotnicy oczekiwali reform ekonomicznych i lepszych warunków pracy i życia<sup>5</sup>. Dla większości polski październik symbolizował nadzieje na lepszy, bardziej ludzki ustrój socjalistyczny.

Mimo że reżim Gomułki był kontynuacją stalinowskiej formuły zakorzenionej w dyktaturze jednej partii, to zezwalał na zmiany w sferze ekonomicznej, społecznej oraz w zakresie życia codziennego. Po 1956 roku prasa popularna nie promowała już budowania socjalizmu – dominującego hasła okresu stalinowskiego, ale kładła nacisk na bardziej adekwatne cele polskiego społeczeństwa – dążenie do „nowoczesności” i „postępu”. Lata 60. – okres

5 P. Osęka *Marzec '68*, ISP PAN i Znak, Kraków 2008, s. 52, 75-89.

ekonomicznego dobrobytu Europy Zachodniej, światowych ruchów kontestacyjnych oraz postępu technologicznego, od krajów zza „żelaznej kurtyny” wymagały odzewu. Lektura polskiej prasy popularnej z tamtego okresu sugeruje, że elity polityczne próbowały asymilować te globalne tendencje, proponując udomowioną – zarazem polską i socjalistyczną – koncepcję nowoczesnego życia. Podobnie jak większość państw europejskich, w latach 20. i 30. przez Polskę przetoczyły się dyskusje o nowoczesności<sup>6</sup>. Jednak te prowadzone w latach 60. stanowiły nie tyle kontynuację dyskusji międzywojennych, ile były raczej próbą zredefiniowania nowoczesności w nowych realiach politycznych. Społeczni komentatorzy rozważali, jak ustosunkować się do światowych trendów a zarazem połączyć je z indywidualną „polską drogą” do socjalizmu.

Akceptowalną aspiracją nowoczesnego socjalistycznego obywatela została przede wszystkim konsumeryzm. Idea „dobrego życia” robotników była już promowana przez stalinowskie reżimy zarówno w Związku Radzieckim, jak i w Europie Środkowo-Wschodniej, ale nacisk na przemysł ciężki ograniczał możliwości masowej konsumpcji oraz ilość dóbr, jakie mogło zapewnić państwo<sup>7</sup>. Zmiana nastąpiła po 1956 roku. Badacze określają okres gomułkowski (1956-1970) jako czas „małej stabilizacji”, stosunkowej stabilności społecznej i politycznej, która różniła go od politycznych i społecznych wstrząsów stalinizmu<sup>8</sup>. Mała stabilizacja przyniosła polepszenie poziomu życia oraz zwiększenie dostępności artykułów powszechnego użytku. Nacisk na masową konsumpcję w latach 60. nie był jednak polską specyfiką, ale raczej tendencją paneuropejską, napędzaną przez zimnowojenną rywalizację między Wschodem a Zachodem.

6 E. Plach *The Clash of Moral Nations: Cultural Politics in Piłsudski's Poland, 1926-1935*, Ohio University Press, Athens 2006. Na temat „nowoczesnej dziewczyny” w okresie międzywojennym w perspektywie globalnej zob. A.E. Weinbaum, L.M. Thomas, P. Ramamurthy, U.G. Poiger, M. Yue, T.E. Barlow (eds.) *The Modern Girl around the World: Consumption, Modernity, and Globalization*, Duke University Press, Durham 2008.

7 O polityce konsumpcyjnej podczas stalinizmu w Związku Radzieckim: D.L. Hoffmann *Stalinist Values: The Cultural Norms of Soviet Modernity, 1917-1941*, Cornell University Press, Ithaca 2003. O powszechnych niedoborach żywności i dóbr w stalinowskiej Polsce: M. Jastrzęb *Puste półki. Problem zaopatrzenia ludności w artykuły powszechnego użytku w Polsce w latach 1949-1956*, Wydawnictwo WSPiZ im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2004.

8 M. Zaremba *Społeczeństwo polskie lat sześćdziesiątych – między „małą stabilizacją” a „małą destabilizacją”*, w: *Oblicza Marca 1968*, red. K. Rokicki, S. Stępień, IPN, Warszawa 2004, s. 24-51, 25. Termin „mała stabilizacja” pochodzi z dramatu Tadeusza Różewicza *Świadkowie albo nasza mała stabilizacja*, wydanego w 1962 roku.

Istotne zmiany w sferze polskiej ekonomii zaszyły w wyniku destalinizacji. Między 1955 a 1960 rokiem produkcja towarów codziennej konsumpcji wzrosła o 63%<sup>9</sup>. W 1956 roku państwo wstrzymało kolektywizację rolnictwa. Liczba prywatnych przedsiębiorstw na terenach miejskich zwiększyła się z 42 000 w 1955 roku do 76 000 w 1960 roku, podczas gdy liczba zatrudnionych w sektorze prywatnym wzrosła dwukrotnie<sup>10</sup>. Polska stopniowo nabierała przemysłowego i miejskiego charakteru. Mimo że do największej migracji ze wsi do miast doszło podczas intensywnej industrializacji, w planie sześcioletnim (1950-1955), proces ten trwał. Każdego roku około 100 000 ludzi migrowało z obszarów wiejskich do miast, aby zatrudnić się w przemyśle i usługach. Ponad 40% z nich stanowili ludzie młodzi, w trakcie nauki lub rozpoczynający pracę<sup>11</sup>. Pod koniec lat 60. liczba ludności miejskiej przewyższała wreszcie wiejską w stosunku 52 do 48%<sup>12</sup>.

Warto zauważyć, że chociaż powojenna Polska nie nadązała ekonomicznie za Europą Zachodnią, doświadczenia w sferze społecznej i kulturowej były podobne pod wieloma względami. Podobnie jak na Zachodzie młodzież zajmowała szczególne miejsce w kontekście powojennej eksplozji demograficznej. Odsetek obywateli między piętnastym a dziewiętnastym rokiem życia wzrósł w Polsce od 6,5% w 1950 roku do 10,7% w roku 1960<sup>13</sup>. Umiarkowany konsumeryzm oraz manifestowanie indywidualizmu zaczęły być stopniowo akceptowanym elementem kultury młodzieżowej. Wiele młodzieżowych czasopism odstępowało od treści ideologicznych na rzecz artykułów i dyskusji o codziennym życiu, modzie i relacjach między płciami<sup>14</sup>.

Tak jak na Zachodzie, elity rządzące postrzegały poziom życia (często określane jako „podniesienie stopy życowej”) jako kluczowy dla ekonomicznego i kulturalnego postępu. Mimo że Europy Środkowo-Wschodniej ostatecznie nie uwzględniono w Planie Marshalla, któremu część historyków

9 S. Widerszpil *Skład polskiej klasy robotniczej. Tendencje zmian w okresie industrializacji socjalistycznej*, PWN, Warszawa 1965, s. 110.

10 Tamże, s. 111.

11 Tamże, s. 112.

12 A. Gawryszewski *Ludność Polski w XX wieku*, IGiPZ PAN, Warszawa 2005, s. 130.

13 Tamże, s. 220.

14 Nowe popularne magazyny nastawione na umiarkowany konsumpcyjny styl życia pojawiły się w czasie destalinizacji lub wkrótce po niej. Należały do nich np. „Dookoła Świata” (1954), „Ty i Ja” (1960) oraz „Filipinka” (1957).

przypisuje zapoczątkowanie zachodniej rewolucji konsumenckiej, kulturowe trendy przenikały przez granice państw tego rejonu<sup>15</sup>. Widać to szczególnie w sferze mediów popularnych oraz filmu. Lata 60. nazaczyły gwałtowny wzrost liczby posiadaczy telewizorów. Do 1966 roku zarejestrowano z 300 000 odbiorników telewizyjnych, a nowe medium zyskało około dziesięciu milionów widzów, co odpowiadało jednej trzeciej populacji<sup>16</sup>. Ze względu na niewielką liczbę lokalnych lub innych wschodnioeuropejskich produkcji polska telewizja opierała się w znacznym stopniu na amerykańskich filmach oraz serialach, takich jak *Bonanza*, *Święty* czy *Doktor Kildare*<sup>17</sup>. Programy te dawały pewien wgląd w zachodni i amerykański styl życia.

Oficjalny wizerunek społecznego i kulturalnego postępu w Polsce w latach 60. był ostrożnym połączeniem wpływów zachodnich i radzieckich. Politycy i badacze często dyskutowali nad nowoczesną konsumpcją, a także kulturą masową i popularną jako formą rozrywki i wypoczynku odpowiednią dla klasy robotniczej<sup>18</sup>. W 1964 roku Stefan Żółkiewski (1911-1991), marksistowski intelektualista, badacz literatury oraz członek KC PZPR, chwalił polskie otwarcie na Zachód i jednoznacznie odrzucał stalinizm, który miał odciąć Polskę „od aktualnego życia kulturalnego i osiągnięć świata”<sup>19</sup>. Dążenie do nowoczesności w sensie światowym zostało teraz oficjalnie włączone w to, co nazywał „walką o poziom socjalistycznej kultury”<sup>20</sup>.

Nie ulega wątpliwości, że zachodnie wpływy kultury popularnej istotnie oddziaływały na kształtowanie życia codziennego i aspiracji młodych Polaków. Wielu komentatorów społecznych uważało, że zwłaszcza młode kobiety w szczególnie sposób ulegają nowoczesnym trendom. Jedną z ówczesnych pisarek, Zofia Bystrzycka opisała lata 60. jako przełom w historii ludzkości

15 V. de Grazia *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*, Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge 2005, s. 336-375.

16 L. Goliński *Telewizja – partner pierwszej rangi*, „Kultura i Społeczeństwo” październik-grudzień 1966 nr 4, s. 161. O historii polskiej telewizji w latach 60.: P. Pleskot *Wielki mały ekran. Telewizja a codzienność Polaków lat sześćdziesiątych*, Trio, Warszawa 2007.

17 L. Goliński *Telewizja – partner pierwszej rangi*, s. 166. Otwarcie Polski na Zachód we wczesnych latach 60. było prawdopodobnie wyjątkiem w bloku wschodnim, chociaż potwierdzenie tej tezy wymaga głębszych badań.

18 Więcej np. w przełomowej książce o nowoczesnych formach kultury popularnej: A. Kłosowska *Kultura masowa*, PWN, Warszawa 2006 [1963], s. 401-402.

19 S. Żółkiewski *Walka o styl kultury socjalistycznej*, „Kultura i Społeczeństwo” 1964 z. 7, nr 2, s. 8.

20 Tamże, s. 14.



naznaczony otwarciem bezprecedensowych możliwości dla młodych kobiet w kwestii edukacji oraz pracy zawodowej. Wyrażała jednak obawy o „dziewczęta na skrzyżowaniu dróg”, które miały być rozdarte między starym światem zamknięcia w sferze domowej a nową epoką ekonomiczną i obyczajową niezależności<sup>21</sup>. Czy nowoczesne dziewczyny będą wiedziały, jak korzystać ze świeżo nabytej wolności? U progu lat 60. popularne publikacje próbowały odpowiedzieć na to pytanie: medialny obraz „nowoczesnej dziewczyny” zdawał się próbą pogodzenia tradycji z nowymi wpływami z Zachodu, który jednocześnie wpisywał się w socjalistyczne normy organizacji społecznej.

### Czy jesteś nowoczesną dziewczyną?

W 1960 roku popularne czasopismo dla nastolatek „Filipinka” przeprowadziło wśród swoich czytelniczek ankietę zatytułowaną *Czy jesteś nowoczesną dziewczyną?* Nadeszło 200 odpowiedzi od dziewcząt między szesnastym a osiemnastym rokiem życia, w których wyrażały one swoje poglądy na temat nowoczesności, konsumpcji oraz tożsamości kobiecej i męskiej<sup>22</sup>. Założona w 1957 roku „Filipinka” była wyjątkowym dwutygodnikiem, którego zawartość kształtowała głównie korespondencja między redaktorkami i czytelniczkami<sup>23</sup>. Było to pierwsze i jedyne czasopismo dla dziewcząt w Polsce w latach 60. Dwutygodnik czytały nie tylko nastolatki, ale także młode robotnice i studentki<sup>24</sup>. Na początku lat 60. sprzedawano 250 000 egzemplarzy każdego wydania, co i tak nie zaspokajało potrzeb rosnącej populacji młodych kobiet, ponieważ nakład zależał raczej od polityki wydawniczej państwa niż od rzeczywistego popytu. Mimo ograniczeń wydawniczych czasopismo stało się powszechnym i silnym symbolem młodej kobiecości. W całej Polsce zaczęto

21 Z. Bystrzycka *Dziewczęta na skrzyżowaniu dróg*, „Walka młodych” 30 lipca 1967, s. 4.

22 Zdaniem redaktorów większość badanych respondentek określała się jako nowoczesne. Tylko trzydzieści trzy z dwustu respondentek odpowiedziały, że nie uważają się za nowoczesne. *Dziewczyna 1960 w świetle ankiety „Czy jesteś nowoczesną dziewczyną?”*, „Filipinka” 1 marca 1960, s. 3.

23 Archiwum Akt Nowych (AAN), Komitet Centralny (KC), Polska Zjednoczona Partia Robotnicza (PZPR), Biuro Prasy, „Filipinka”, 237/ XIX/212, A. Pawłowska *Dwutygodnik „Filipinka”*, 17 listopada 1964, kk. 1-18, 1. Redaktor Naczelną „Filipinki” w latach 1957-1969 była Felicja Strumińska, która redagowała także jedno z najpopularniejszych czasopism dla kobiet „Kobieta i Życie”. Z. Sokół *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1998, s. 102.

24 Tamże, s. 125.

otwierać sklepy, kawiarnie i kluby pod nazwą *Filipinka*. W 1959 roku grupa dziewcząt ze Szczecina założyła zespół wokalny *Filipinki*. Wkrótce w prawie każdym zakątku kraju można było znaleźć grupy wzorowane na szczecińskich piosenkarkach<sup>25</sup>.

Podobnie jak wszystkie publikacje w komunistycznej Polsce, „*Filipinka*” podlegała państwowej cenzurze. Archiwalne źródła wskazują jednak, że redaktorki miały znaczne pole manewru jeśli chodzi o wybór treści pisma. Z zasady unikały dyskusji na jawnie polityczne tematy. Przedstawicielka partii Anna Pawłowska, która oceniała „*Filipinkę*” w imieniu Biura Prasy KC PZPR w 1964 roku, broniła tego „niepolitycznego” profilu pisma i pochwałała wnikanie w codzienne życie nastolatków zamiast politycznej czy ideologicznej agitacji. Twierdziła, że

„charakter i funkcje” „*Filipinki*” wymagały pominięcia kwestii politycznych oraz poruszania tematów takich jak „moda, kultura, felieton obyczajowy itp. [...] i zmianę tych propozycji ilościowych uważałabym za niewybaczalny błąd.”<sup>26</sup>

Warto zauważyć, że „*Filipinka*” nie wymyśliła pojęcia nowoczesnej dziewczyny. Postawione w ankiecie pytanie „Czy jesteś nowoczesną dziewczyną?” odzwierciedlało powszechne pragnienia. Samo nazywanie młodych kobiet „dziewczynami” było w tamtym czasie nowością w polszczyźnie. Jak zauważa Iwona Kurz, słowo to zaistniało w codziennym obiegu w drugiej połowie lat 50. Wcześniej bardziej popularne określenia młodych kobiet to „panienka” lub „koleżanka”. Słowo „dziewczyna” było nowe, a więc „przezroczyście, gotowe do wypełnienia społeczną treścią”<sup>27</sup>.

Okazja do takiego „wypełnienia społeczną treścią” pojawiła się już w 1958 roku, kiedy popularne czasopismo „*Film*” zapoczątkowało narodową kampanię werbowania młodych aktorek pod hasłem „Piękne dziewczęta na ekrany”. Pod wpływem filmów zachodnich oraz popularnych gwiazd Hollywood krytycy i twórcy filmowi rozpoczęli poszukiwania unikalnie „polskiej dziewczyny”, która ucieleśniałaby nową narodową gwiazdę filmową na miarę

25 Tamże, s. 127.

26 AAN, KC, PZPR, Biuro Prasy, „*Filipinka*”, 237/XIX/212, A. Pawłowska *Dwutygodnik „Filipinka*”, 17 listopada 1964, k. 7-8.

27 I. Kurz *Twarze w tłumie. Wizerunki bohaterów wyobraźni zbiorowej w kulturze polskiej lat 1955-1969*, Świat Literacki, Warszawa 2005, s. 125.

francuskiej Brigitte Bardot. Krytycy oraz reżyserzy zachęcali młode dziewczęta, by nadsyłały do magazynu swoje zdjęcia. Czytelnicy mieli głosować na najpiękniejsze z nich, a zwyciężczyniom obiecywano kontakty z twórcami filmowymi<sup>28</sup>. Kampania cieszyła się olbrzymią popularnością, chociaż zaledwie kilka respondentek wybranych przez publiczność rzeczywiście trafiło na ekran<sup>29</sup>. Jednak wizerunek nowoczesnej, esencjonalnie „polskiej” dziewczyny pozostawił nieusuwalne piętno na kulturze popularnej. W dalszym ciągu kształtowano go i debatowano nad nim wśród artystów, dziennikarzy, redaktorów prasowych, a także czytelników.

Warto zastanowić się nad ankietą „Filipinki” *Czy jesteś nowoczesną dziewczyną?* z 1960 roku właśnie w szerszym kontekście kultury konsumenckiej i popularnej w państwie socjalistycznym. Publikowane odpowiedzi na pytania „Filipinki” powodują rozterki metodologiczne. Wiadomo, że redakcja magazynu miała znaczący wpływ zarówno na selekcję publikowanych wypowiedzi, jak i na ich opracowanie. Jednak nawet pobieżne zapoznanie się z innymi źródłami, takimi jak osobiste relacje, wspomnienia, filmy czy fotografie, bez wątplenia dowodzi, że młode kobiety w Polsce praktykowały różnorodne wzorce nowoczesnej dziewczyny<sup>30</sup>. Dla zewnętrznych obserwatorów wyraźnym wyznacznikiem młodej i nietradycyjnej kobiecości, zwłaszcza w drugiej połowie lat 60, była np. minispódniczka<sup>31</sup>. Nawet jeżeli założymy, że pojęcie nowoczesnej dziewczyny popularyzowane przez „Filipinkę” było częścią oficjalnej, odgórnie sterowanej kultury, trudno nie zauważyć, że propozycje „nowoczesności” prezentowane w czasopismach stawały się własnością odbiorców i zaczynały żyć własnym życiem.

Większość odpowiedzi czytelniczek na ankietę „Filipinki” zawierała intrygujące połączenie starego z nowym. Wedle cytowanych w czasopiśmie listów nowoczesna dziewczyna była wykształcona i miała szerokie zainteresowania

28 Tamże, 135.

29 Tamże, s. 132. Według Iwony Kurz ostatecznie nowoczesną polską dziewczynę reprezentowała na srebrnym ekranie młoda aktorka Elżbieta Czyżewska. Oficjalne zdjęcia i role filmowe uotosamiały Czyżewską z młodą, niezależną, spontaniczną i zarazem „słowiarską” pięknnością, co czyniło ją bez wątplenia „swoją” i polską.

30 Osobiste świadectwa można znaleźć np. w: T. Dominik, M. Karewicz *Warszawka lat 60. Złota Młodzież, Niebieskie Ptaki, Twój Styl*, Warszawa 2003. Analiza wizerunku młodej kobiety w polskim filmie: I. Kurz *Twarze w tłumie*.

31 Np. w 1969 roku Stefan Kisielewski podczas pobytu w Zawoi pisał w dzienniku o „dziewczynach pasających krowy w minispódniczkach”. S. Kisielewski *Dzienniki*, wydanie drugie, Iskry, Warszawa 1996, s. 256.

obejmujące kwestie polityczne, społeczne, kulturalne i ekonomiczne. Pogardzała ostentacyjną konsumpcją, najtrafniej ucieleśnianą przez „podskubaną, kolorową spódnicę zrobioną na drutach, włosy w kolorowe kosmyki”, „papieros w ręku i cyniczny grymas”<sup>32</sup>. Jak pisała jedna z czytelniczek: „Ważny jest dla [nowoczesnej dziewczyny] szacunek, ambicja, godność”<sup>33</sup>. Widać wyraźnie, że według „Filipinki” nowoczesna dziewczyna miała być powściągliwa w wyrażaniu swojej seksualności oraz konsumpcjonizmu, a raczej zdecydowanie nastawiona na rozwój intelektualny.

„Nowoczesne dziewczyny” początku lat 60. mówiły o swoim zamiłowaniu do jazzu, który wciąż nie był w krajach socjalistycznych uznawany za równie odpowiedni dla młodych ludzi co muzyka klasyczna. „Ubóstwiam Chopina”, pisała jedna z czytelniczek, „bo jest genialny, narodowy, ludowy”. Zaraz dodawała jednak, że kocha także jazz:

Uwielbiam jazz. Taniec przy muzyce jazzowej daje mi okazję do wyładowania energii. Najbardziej lubię słuchać cudownej chrypki Louisa Armstronga, rocków Elvisa Presleya i Tommy Steela.<sup>34</sup>

„Nowoczesna dziewczyna” nie podważała tradycyjnej roli kobiety jako matki, żony i gospodyni domowej. Redaktorki spieszyły zakomunikować, że tylko pięć z dwustu respondentek nie chce wychodzić za mąż. W wizjach przyszłego rodzinnego życia, nowoczesna dziewczyna wyobrażała siebie w technologicznie zaawansowanej kuchni, w której „roboty zmyją naczynia, obiorą ziemniaki, napalą w piecach, zejdą po wodę do studni”<sup>35</sup>. Obraz robotów wyciągających wiadra wody z przednowoczesnej studni przejmująco przypomina czytelnikom, że wczesne lata 60. w Polsce dalekie były od ideału nowoczesnego państwa, które wyobrażali sobie politycy i publicyści. Warto przypomnieć, że na początku lat 60, ponad połowa społeczeństwa mieszkała na wsi. Najprawdopodobniej nowoczesne dziewczyny z zapałem piszące do „Filipinki” często mieszkały, a przynajmniej dorastały, w środowisku wiejskim. Ich interpretacja nowoczesności pochodziła z najbliższego otoczenia. Mimo że uznawały się za nowoczesne, niektóre z nich nie miały

32 *Dziewczyna 1960 w świetle ankiety*, 3.

33 Tamże.

34 *Dziewczyna 1960 Kolorowe dziewczęta*, „Filipinka” 15 marca 1960 nr 6-7.

35 *Dziewczyna 1960 w świetle ankiety*, 3.

prawdopodobnie dostępu do tak podstawowych udogodnień nowoczesnego świata, jak bieżąca woda.

Ankiety zarówno „Filipinki”, jak i innych pism skierowane do młodych kobiet były okazją, by za pomocą popularnych mediów rozpowszechnić wśród młodzieży model nowoczesności właściwy społeczeństwu socjalistycznemu. Jednocześnie jednak pytania postawione w badaniu niewątpliwie stwarzały młodym kobietom – zarówno respondentkom, jak i czytelniczkom – możliwość, by pomyśleć o swojej tożsamości w nowy sposób. Z odpowiedzi wynikało jasno, że mimo starań redakcji wyobrażenie czytelniczek o cechach nowoczesnej dziewczyny nie zawsze przystawało do oficjalnych wzorców. Z wizerunku nowoczesnej dziewczyny wyzierało więcej niż umiarkowane zainteresowanie konsumpcją, a nierzadko hedonizm. Nie ulega wątpliwości, że opublikowane odpowiedzi, włączając te wyłamujące się z akceptowalnych wartości, mogły dostarczać wzorów do naśladowania pozostałym czytelniczkom.

Nie bez przyczyny „Filipinka” starała się podkreślać umiarkowanie w konsumpcyjnych zachowaniach młodych kobiet. Przy każdej możliwej okazji cza-sopismo usiłowało odpierać indywidualistyczne interpretacje nowoczesnego stylu życia. Chyba nieprzypadkowo jednym z pierwszych opublikowanych tekstów w odpowiedzi na ankietę był list siedemnastoletniej Marysi z elitarnego warszawskiego Liceum im. Stefana Batorego. Marysia uważała, że należy głęboko zastanowić się nad znaczeniem słowa „nowoczesny”. Proponowała także staranne rozróżnienie między dwoma typami nowoczesnych dziewcząt: nowoczesnych „w pełnym i najlepszym tego słowa znaczeniu” oraz tych, które mylą nowoczesne wartości z ekstrawaganckimi strojami czy rozwiązłością obyczajową. Dziewczęta należące do tej pierwszej grupy „mają cel w życiu jasny i konkretny”. Interesuje je nauka oraz technika; „znają się tak samo dobrze na kuchni czy maszynie do szycia, jak na samochodzie czy motorze, a mimo to znajdują czas na teatr, czy ciekawą książkę, ubierają się *szalowo*, lecz nie ekstrawagancko”<sup>36</sup>. Natomiast dziewczęta z drugiej grupy zwykle „malują się wyzywająco”. Ubierają się „tak, aby zwracać uwagę”, a ponadto „na ulicy zachowują się hałaśliwie”. Co ważne, mają także niepoprawne poglądy na miłość i małżeństwo. „Zresztą chyba nie potrzebują ich [poglądów] opisywać” – napisała taktownie Marysia. „Znamy je wszyscy doskonale”<sup>37</sup>.

36 Nie zawsze nowoczesna, „Filipinka” 15 stycznia 1960, s. 2, 11.

37 Tamże, 2.

Co ciekawe, Marysia nie określiła się jako nowoczesna dziewczyna – napisała, że jest „po prostu – młoda” i szybko dodała, że „Filipinka” prawdopodobnie uznałaby ją „za bardzo staroświecką”<sup>38</sup>. W ten sposób Marysia odgrywała jakoby rolę neutralnej obserwarki. Jej list zdawał się wiarygodnie wyrażać fundamentalne przesłanie moralne redaktorek „Filipinki”: ideał nowoczesnej dziewczyny wymaga głębszego zrozumienia nowoczesnych wartości. Byłoby lepiej dla samych dziewcząt, gdyby pozostawały one „bardzo staroświeckie”, niż próbowały praktykować „niepoprawne” wersje nowoczesności.

Jak nietrudno zauważyć, list Marysi jednoznacznie przemawia za seksualną powściągliwością dziewcząt<sup>39</sup>. Rzeczywiście, idealna nowoczesna dziewczyna lat 60. powinna była czekać z aktywnością seksualną do czasu zawarcia małżeństwa i jednocześnie powinna była uczyć chłopców, by postępowali tak samo. Porady „Filipinki” na temat randek zdecydowanie zniechęcały dziewczęta do podejmowania inicjatywy, a zwłaszcza do ulegania rzekomo nieuniknionej presji ze strony chłopców, by jak najszybciej rozpocząć współżycie płciowe. Czasopismo ostrzegało swoje czytelniczki zwłaszcza przed takimi błędnymi argumentami chłopców, jak ten, że „wszystkie nowoczesne dziewczęta tak robią”<sup>40</sup>.

Redaktorki odradzały całowanie, a także inne formy bliskości fizycznej. Zdaniem „Filipinki” wartościowi mężczyźni poszukują wyjątkowych kobiet i nie okazują zainteresowania łatwym dziewczętom. W jednym z opublikowanych w tym dwutygodniku opowiadań dziewczyna o imieniu Jolanta próbowała dać chłopcu do zrozumienia, że wpadł jej w oko, nawiązała więc kontakt wzrokowy i uśmiechnęła się do niego na plaży. Chłopiec na początku był co prawda zainteresowany, ale ostatecznie nie podszedł do Jolanty. „Chłopak zrezygnował, zanim coś się zaczęło. Zrezygnował, bo nie o tym marzył. Śniła mu się dziewczyna, o którą długo trzeba walczyć, której trzeba będzie udowodnić, że się jest człowiekiem niepowszedniej miary”. Zdaniem autorki Jolanta popełniła błąd, nie powinna uwodzić chłopca. „*Zwykła cizia – pomyślał*”<sup>41</sup>.

„Filipinka” cierpliwie tłumaczyła czytelniczkom, że są odpowiedzialne nie tylko za własne stosowne zachowanie, ale także za zachowanie młodych

38 Tamże.

39 Tamże, s. 11.

40 K. Gawęcka *Cena bezmyślności*, „Filipinka” 18 września 1960, s. 3.

41 E. Jackiewiczowa *Puch marny i lisie zamiary*, „Filipinka” 1 stycznia 1960, s. 4.

mężczyzn. Redaktorki wielokrotnie podkreślały zależność między kobietą i męską seksualnością. Artykuły ostrzegały dziewczęta przed drapieżnością chłopców i ich promiskuitycznymi skłonnościami. Zdaniem „Filipinki” taka agresywna heteroseksualność miała wynikać z męskiej „natury”, która musi być przez kobiety poskramiana. To one powinny wyznaczać granice seksualnych kontaktów oraz edukować mężczyzn w kwestii moralności. Publicystka i pisarka Elżbieta Jackiewiczowa przekonywała, że młody mężczyzna będzie oczekiwał swobodnych kontaktów seksualnych, tylko jeśli dziewczyna go sprowokuje. Twierdziła, że istnieje „pewien typ zachowania”, który skłania mężczyzn do wykorzystania dziewczyny do przypadkowego kontaktu seksualnego. Jackiewiczowa tłumaczyła, że młodzi mężczyźni marzą o prawdziwej i romantycznej miłości tak samo jak młode kobiety. „Ale muszą przecież wiedzieć, dla jakiej dziewczyny warto jest otworzyć serce”<sup>42</sup>. Co ciekawe, budując poprawny obraz nowoczesnej dziewczyny, czasopismo nie miało oporów, by przywołać przykłady właściwych relacji płciowych z XIX-wiecznych pozytywistycznych powieści, ponieważ „mimo nowoczesnych czasów problem płci jest ciągle ten sam. *Tylko kobiety zostają matkami*”<sup>43</sup>.

Połączenie starego z nowym w wizerunku poprawnie rozumianej „nowoczesnej dziewczyny” odzwierciedlało społeczne niepokoje związane z potencjalnym indywidualistycznym definiowaniem tożsamości oraz seksualności przez młode kobiety. Jednocześnie nacisk na to, co stare i tradycyjne, mógł służyć ochronie nowoczesnej dziewczyny przed niepożądanymi wpływami z Zachodu. Jak na ironię wszystko, co „stare” – konserwatywny strój, XIX-wieczne powieści i zobowiązania wobec przyszłego macierzyństwa oraz rodziny – identyfikowano z „polskością”, a także z „socjalizmem” – w przeciwieństwie do wartości „obcych” – „kapitalistycznych”.

## Makijaż i polityka

Niepokoje związane z potencjalnie mylnym pojęciem nowoczesności rosły w miarę upływu czasu. W 1965 roku „Filipinka” przeprowadziła jeszcze jedną ankietę, w której poprosiła czytelniczki, żeby podzieliły się swoimi rozważaniami nad pojęciem nowoczesnych wartości<sup>44</sup>. Redaktorki przeprowadziły

42 Tamże, s. 5.

43 *Jesteś nienowoczesna mamo!*, „Filipinka” 4 września 1960, s. 12. Powieść wspomniana w artykule to *Emancypantki* Bolesława Prusa.

44 Ankieta z 1965 roku nosiła tytuł *Dziewczyna i dzień dzisiejszy*.

badanie częściowo w odpowiedzi na krytykę Biura Prasy KC PZPR, które nie po raz pierwszy zarzucało „Filipince”, że jest niedostatecznie ideologiczna a nawet prozachodnia. Nowej ankiecie postawiono konkretny cel: „walka z drobnomieszczańskim ideałem życia”<sup>45</sup>. Opublikowano wybrane odpowiedzi czytelniczek wraz z obszernym komentarzem, mającym na celu „propagowanie modelu dziewczyny współczesnej, która najwięcej ceni własną samodzielność, ma aktywny stosunek do otaczającej ją rzeczywistości”. Jak relacjonowała redakcja czasopisma w korespondencji z Biurem Prasy, komentarz miał podkreślać dwa równoważne cele młodej kobiety, czyli „zawód, praca” i „utworzenie dobrej rodziny”<sup>46</sup>. W tej bardziej sterowanej publikacji głosy czytelniczek na temat konsumpcji i rozrywki, tak znaczące w badaniu z 1960 roku, wydawały się ustępować miejsca wypowiedziom na temat wagi edukacji oraz spełnienia zawodowego<sup>47</sup>. Jak wynika z dokumentów, Biuro Prasy czuło się w obowiązku, by wziąć większy udział w kształtowaniu oficjalnego wizerunku nowocześniejszej dziewczyny. Większe zainteresowanie pozornie trywialnymi kwestiami, takimi jak strój, muzyka i randki, oznacza, że reżim mógł odczuwać coraz większy niepokój związany z młodym pokoleniem, które wyraźnie, choć w różnym stopniu, ulegało konsumpcyjnym wpływom uwidoczniającym się w modzie młodzieżowej czy rock-and-rollu.

Również w innych źródłach można natrafić na sygnały, że ideał nowocześniejszej dziewczyny wymykał się spod kontroli. Gdy w 1967 roku politycznie zaangażowany tygodnik, redagowany przez Zarząd Główny Związku Młodzieży Socjalistycznej, „Walka Młodych” przeprowadził swoje własne badanie wśród studentek i robotnic w Łodzi, redaktorzy byli zaskoczeni jej wynikiem: przewagą pragnień materialistycznych. Z jednej strony czasopismo chwaliło odnotowywany opór Polek wobec współczesnego zachodniego feminizmu, który według redakcji miał ograniczać się do wyzwolenia seksualnego<sup>48</sup>. Wspierał też rzekomo niezachwiane pragnienie młodych Polek, by wyjść za mąż i założyć

45 AAN, KC, PZPR, Biuro Prasy, 127/XIX/212, „Filipinka” sierpień 1965, 127/XIX/212, brak tytułu, kk. 19-22, 19.

46 Tamże, k. 19.

47 K. Wrochno *Dziewczyna, chłopiec, i dzień dzisiejszy*, „Filipinka” 12 września 1965, s. 4.

48 Redakcja z zadowoleniem informowała, że Polskie dziewczęta nie interesowały się podobno żadną „moralną rewolucją”, jak np. tą proponowaną przez Simone de Beauvoir, „która programowo odrzuciła macierzyństwo, tradycyjne małżeństwo [...] nawet... monogamię”. A. Wyszczacka *Wyjście za mąż*, „Walka Młodych”, 2 lipca 1967, s. 1, 4. Cytowana ankieta spotkała się z ponad setką odpowiedzi.



rodzinę<sup>49</sup>. Z drugiej strony redaktorzy wyrażali zaniepokojenie faktem, że prawie wszystkie respondentki, niezależnie od pochodzenia społecznego czy poziomu wykształcenia, wyraziły pragnienie posiadania samochodu i willi. Chciały także wyjść bogato za mąż i koniecznie podróżować za granicę<sup>50</sup>.

Początek 1968 roku przyniósł falę prasowych ataków na błędne interpretacje kultury konsumpcyjnej. W styczniu „Walka Młodych” posunęła się nawet do tego, by wyśmiać popularną kampanię sprzed dziesięciu lat, która wzywała „piękne dziewczęta na ekrany”. Hasło to, według pisma, uczyniło z kobiet obiekty seksualne na modłę z zachodnich państw kapitalistycznych: „Czy pamiętamy te beztrioskie czasy, kiedy tabuny podejrzanych facetów przemierzały kraj wzdłuż i wszerz, szukając polskiego biustu wedle wymiarów Lollobrigidy i pikietując po zagrodach hasłem *piękne dziewczęta na polskie ekrany?*”. W tym samym artykule „Walka Młodych” wyraźnie potępia twórców i propagatorów pojęcia nowoczesnej dziewczyny. Powoli krytyka błędnego pojmowania nowoczesności przekształcała się w atak na intelektualne oraz artystyczne elity, które rzekomo były odpowiedzialne za propagowanie zachodnich trendów wśród młodzieży.

Co ciekawe, dziennikarze wrzucili do jednego worka ów zachodni seksualny obraz kobiety wraz ze stalinowskim wzorcem kobiecości, którego najbardziej wymownym symbolem były kobiety pracujące na tradycyjnie męskich stanowiskach. „Epoka biustu minęła” pisali. „A poprzedziła ją inna [epoka]. Wtedy agitatorzy krzyczeli: *wszystkie dziewczęta na traktory!*”<sup>51</sup>. Tak oto zupełnie przeciwstawne ideologie zachodniej konsumpcji i totalitarnego stalinizmu zostały połączone w oficjalnej propagandzie w celu potępienia błędnych interpretacji nowoczesnego stylu życia. Scalilo je prawdopodobnie to, że obie reprezentowały obce wpływy na polską kulturę. Takiego ujęcia nie przeoczy nikt zaznajomiony z tzw. kampanią antysyjonistyczną, jaka była prowadzona wewnątrz partii, w prasie, miejscach zatrudnienia i na ulicach w tym samym czasie. Podobnie jak zwolennicy nowoczesnej dziewczyny, tak i polscy Żydzi – rzekomi syjoniści knujący przeciwko socjalistycznej Polsce – byli oczerniani zarazem jako agenci zachodniego imperializmu, jak i jako wyznawcy dogmatycznego stalinizmu<sup>52</sup>.

49 A. Wyszynacka, *Wyjście za mąż*, s. 5.

50 Tamże.

51 *Jakimi nie chcemy być*, „Walka Młodych” 28 stycznia 1968, s. 8.

52 Szerzej na temat kampanii antysyjonistycznej zob. D. Stola *Fighting against the Shadows: The Anti-Zionist Campaign of 1968*, w: *Anti-Semitism and Its Opponents in Modern Poland*, ed. R. Blobaum, West Virginia University, Ithaca 2005, s. 284-300.

Kiedy w marcu 1968 roku przeszła przez Polskę fala studenckich protestów, prasa nie miała wątpliwości, że do buntu przyczyniły się, przynajmniej częściowo, błędne interpretacje nowoczesności oraz wolności indywidualnych. Prasa codzienna oczerniała i stygmatyzowała protestujących jako „bananową młodzież” skoncentrowaną na zachodnich luksusowych produktach oraz uprawiającą rozwiązywanie seks<sup>53</sup>. Studenckie demonstracje miały swoje korzenie we wczesnych latach 60., kiedy studenci i profesorowie Uniwersytetu Warszawskiego zaczęli zakładać niezależne kluby dyskusyjne i organizować wykłady, na których pojawiała się krytyka reżimu Gomułki za jego ideologiczną ortodoksję oraz ograniczanie wolności intelektualnej<sup>54</sup>. Protesty w 1968 roku zapoczątkował zakaz wystawienia *Dziadów* Adama Mickiewicza ze względu na rzekomą antysocjalistyczną i antyrosyjską wymowę dzieła. Punkt kulminacyjny nastąpił 8 marca, kiedy oddziały przewencyjne oraz milicja zaatakowały studentów demonstrujących na Uniwersytecie Warszawskim. Atak ten pociągnął za sobą jeszcze więcej studenckich i młodzieżowych demonstracji w całym kraju przeciwko brutalnej reakcji państwa<sup>55</sup>.

Rzekomo nierozważne nowoczesne dziewczęta także odegrały swoją rolę w „wydarzeniach marcowych”. Irena Grudzińska, jedna z niepokornych studentek, została opisana w prasie jako „najpiękniejsza z grupy regularna klientka warszawskich komisów”<sup>56</sup>. Wedle anonimowej relacji, którą pewna studentka dostarczyła Komisji do Spraw Młodzieży KC PZPR, wiele dziewcząt nastawionych na konsumpcję brało udział w studenckich demonstracjach i strajkach. Nie były one rzekomo zainteresowane polityką czy ideologią, ale raczej „często ich największym problemem życiowym jest troska o dobry makijaż”<sup>57</sup>. Według relacji dziewczęta dołączyły do studenckiego strajku „z zapasem kanapek, kryminałami do czytania i kartami do bridża”. Nie rozumiały one celu studenckich protestów, „ale powołują się na uczucie solidarności i niecodzienną przygodę”. Dla nich „strajk stał się zabawą!”<sup>58</sup>. Z raportu

53 Szerzej na ten temat zob. M. Fidelis *Red State, Golden Youth: The Student Culture and Political Protest in Poland in the 1960s*, w: *Between the Avant-Garde and the Everyday: Subversive Politics in Europe, 1958-2008*, ed. T. Brown, L. Anton, Berghahn Books, New York 2011.

54 P. Osęka *Marzec '68*, s. 51-73.

55 A. Paczkowski *Pół wieku dziejów Polski*, Warszawa 1995, s. 366.

56 Cytat za P. Osęka *Marzec '68*, s. 210.

57 AAN, PZPR, KC, Biuro Prasy, 237/XIX/347, *Wydarzenia marcowe*, kk. 16-27, 16.

58 Tamże, k. 25.

spisanego przez studentkę, która nie brała udziału w demonstracjach, wynika, że duża część społeczeństwa, włącznie z niektórymi studentami, postrzegała nowoczesne dziewczęta jako nastawione na konsumpcję i rozrywkę. Jednocześnie wrzucanie do jednego worka zgromadzeń politycznych i podążania za rozrywkami doprowadziło do upolitycznienia kultury konsumpcyjnej. Oto nagle efektowny makijaż i upodobanie do kryminałów mogły być kojarzone z nielojalnością wobec państwa.

Po marcu 1968 „Filipinka” podjęła próbę propagowania nieco zmienionej wersji ideału nowoczesnej dziewczyny. Redakcja nie przyłączyła się do publikowanych w innych gazetach i czasopismach zjadliwych ataków na rzekomo nieodpowiedzialną i nastawioną na konsumpcję młodzież, ale raczej kładła nacisk na pozytywny wizerunek nowoczesnych dziewcząt. „Filipinka” poparła postulaty partii, by antidotum na rzekome uprzywilejowanie młodzieży z miejskiej inteligencji było dopuszczenie na uczelnie wyższe większej liczby studentów ze środowisk robotniczych i chłopskich<sup>59</sup>. Prasa przekonywała, że stworzenie nowych, wyedukowanych elit z niższych klas społecznych będzie „przepustką do postępu”<sup>60</sup>. W grudniu 1968 roku „Filipinka” zaproponowała nowy wzorzec młodej kobiety: studentki o wiejskim pochodzeniu, która podjęła studia na Uniwersytecie Warszawskim już po protestach marcowych.

Jak pokazano w wywiadach i na zdjęciach, studentki te nie popadały w konsumpcję ani nie poświęcały zbyt wiele uwagi kontemplowaniu pojęcia nowoczesności. Na fotografiach zamieszczonych w „Filipince” widać nowe studentki pogrążone w tradycyjnych kobiecych czynnościach. Jedna z nich haftuje. Podpis pod obrazkiem głosi: „Między zajęciami na uczelni a nauką w akademiku lub bibliotece – trzeba wygospodarować trochę czasu na tzw. prace domowe”. Inna studentka pochylona nad kuchenką smakuje przygotowywanego jedzenia. „Jada się wprawdzie w stołówce, ale od czasu do czasu i w akademiku chętnie się coś upichci, jako że apetyt dopisuje”. Na kolejnym zdjęciu trzy kobiety siedzą przy stole i popijają herbatę. „W tym pokoju, podobnie jak w wielu innych, od pierwszego momentu zapanowała rodzinna atmosfera”. Inna mieszkanka akademika prasuje sukienkę. „Wesołe, rozgadane, przekomarżające się między sobą, absolutnie nie robią wrażenia osób skłopotanych lub zahukanych” – ciągnie magazyn<sup>61</sup>. Sceny te eksponują

59 Np. M. Kozakiewicz *W imię sprawiedliwości*, „Filipinka” 2 czerwca 1968, s. 4-5.

60 R. Pluta *Przepustka do postępu*, „Walka Młodych” 26 maja 1968, s. 4-5.

61 *Nie-brzydkie kaczką*, „Filipinka” 15 grudnia, 1968, s. 4.

tradycyjne kobiece role. Studentki z terenów wiejskich zostały przedstawione, w pewnym sensie, jako bardziej autentyczne i bardziej szczerze niż dziewczęta z miast. Ukazano je podczas wykonywania tradycyjnych kobiecych czynności, takich jak gotowanie czy prasowanie, mimo że właśnie stawały się nowoczesne: zamieszkały w mieście i zdobywały stopnie naukowe. Tożsamość płciowa posłużyła do przekazu moralnego: prawdziwa nowoczesność nie polega na redefiniowaniu kobiecej seksualności czy poszukiwaniu nowych sposobów bycia w przestrzeni miejskiej.

Według „Filipinki” większość kobiet, które przyjechały z wiosek i małych miasteczek, nie ulegała miejskim pokusom. Jedna ze studentek twierdziła, że „najważniejsze, to zachować własną indywidualność i nie dać się zwariować – nie spłoszyć się i nie oszaleć z nadmiaru wrażeń, poczucia swobody i pozornej bezkarności”. Te nowe nowoczesne dziewczyny uważały, że w mieście należy zachować umiar i racjonalne myślenie. Potępiały przyjezdne nowicjuszkę, które „bawią się dniami i nocami”, a „zamiast na wykłady biegną na randki”. W wywiadach jasno zaznaczono jednak, że takie przypadki „to wyjątki”<sup>62</sup>.

Po 1968 roku „Filipinka” nadal intensywnie doradzała młodym kobietom w kwestiach związanych z życiem codziennym i relacjami romantycznymi, ale z rzadka już przywoływała określenie „nowoczesnej dziewczyny”. Wizerunek studentek o wiejskim pochodzeniu jako tych o tradycyjnej żeńskiej tożsamości oraz oddanych pracom domowym, wydawał się neutralizować kobiecą seksualność oraz potencjalne upolitycznienie nowoczesnej dziewczyny. Nowe studentki uosabiały odrzucenie zachodnich wpływów na rzecz wartości związanych z „polskością” i ustrojem socjalistycznym. Nie bez znaczenia jest to, że symbolem nowoczesnego życia lat 60. była nowoczesna *dziewczyna*, nie nowoczesna *kobieta*. Na przestrzeni dziejów wizerunek nowoczesnej kobiety w społeczeństwach europejskich, włączając w to polskie społeczeństwo zwłaszcza okresu międzywojnia, symbolizował zwykle najgłębsze niepokoje związane z nowoczesnością: niebezpieczne czasy niemoralności, zatracenia tradycyjnych wartości oraz nową „cywilizację bez płci”<sup>63</sup>. Proponowane wzorce nowoczesnej dziewczyny w Polsce lat 60. były próbą zbudowania pozytywnego obrazu nowoczesności w wersji komunistycznej. Nowoczesna

---

62 Tamże.

63 M.L. Roberts *Civilization without Sexes: Reconstructing Gender in Postwar France, 1917-1927*, University of Chicago Press, Chicago 1994. O nowoczesnej kobiecie w międzywojennej Polsce: E. Plach *The Clash of Moral Nations...*, s. 146.

dziewczyna była młoda i nadal w trakcie psychologicznego oraz fizycznego rozwoju. To jeszcze nie kobieta, więc jej obraz nie wywoływał skojarzeń z reprodukcją ani seksualnością, które tradycyjnie mogą stanowić zagrożenie dla dominującej pozycji mężczyzn w społeczeństwie. Dodatkowo w polskim kontekście obraz ten odcinał się także od zagrożenia politycznego, jakim mogły być dojrzałe kobiety. Jako robotnice, matki i gospodynie domowe kobiety regularnie protestowały przeciwko niedoborom i żądały od państwa polepszenia sytuacji materialnej<sup>64</sup>. Tymczasem nowoczesna dziewczyna, oderwana od trosk sfery domowej, mogła w sposób bardziej bezpieczny służyć jako symbol niewinności i postępu socjalistycznej Polski.

Skonstruowanie wizerunku nowoczesnej dziewczyny przyniosło jednak nieoczekiwane skutki, ponieważ niektóre młode kobiety odmówiły postępowania według utartego scenariusza i na własną rękę zaczęły korzystać z nowych możliwości. Wśród elit politycznych zapanował niepokój, kiedy nowoczesne dziewczęta, i w ogóle młodzież, zaczęły poszukiwać nowych definicji nowoczesności, a także socjalizmu, co uwidoczniło się w demonstracjach w 1968 roku. Wydaje się, że ten spadek poparcia dla wzorca nowoczesnej dziewczyny po protestach studenckich był jednak chwilowy i wiązał się z politycznym kryzysem końca lat 60. Promowane przez państwo konsumpcyjne wartości powrócą w latach 70. W grudniu 1970 roku Gomułka został odsunięty od władzy w wyniku strajków robotniczych na wybrzeżu. Nowy I sekretarz Edward Gierek spędził międzywojnie jako górnik we Francji i Belgii. Kiedy objął stanowisko, mawiano, że jego żona regularnie odwiedza salony fryzjerskie w Paryżu. Dekada gierkowska będzie później znana jako „bigosowy socjalizm”, ponieważ społeczeństwo usiłowano obłąskawiać dostępnością towarów konsumpcyjnych<sup>65</sup>. Dwie młode kobiety cytowane na początku tego artykułu mogły oczekiwać, że ich córki będą sobie w dużo większym stopniu dogadzać konsumpcyjnymi przyjemnościami niż ich matki. Stosunek państwa do młodych kobiet zmieniał się w latach 60. i 70. W związku z tym okresu postalinowskiego nie można postrzegać jako jednolitego, propagującego homogeniczny model podziału ról płciowych. Wiele z tych zmian odzwierciedla starania socjalistycznego reżimu, by zdefiniować nowoczesny styl życia oraz

64 Stałą cechą społecznych protestów w PRL-u były przede wszystkim zdominowane przez kobiety strajki w fabrykach włókienniczych. Zob.: P. Kenney *The Gender of Resistance in Communist Poland*, „The American Historical Review” April 1999 no. 104, s. 399-425.

65 M. Zaremba *Bigosowy socjalizm dekady Gierka*, w: *Polacy wobec PRL. Strategie przystosowawcze*, red. G. Miernik, Kieleckie Towarzystwo Naukowe, Kielce 2003, s. 184-200.

konsumpcję w kontekście niekapitalistycznym. Wraz z większym otwarciem Polski na współczesne wpływy Zachodu i tworzeniem ideału nowoczesnej dziewczyny w latach 60. reżim rozpoczął nieodwracalny proces. Zachodnie trendy w konsumpcji i modzie przenikały granice i stawały się inspiracją do wyrażania własnej osobowości oraz, do jakiegoś stopnia, niezależności w dobie reżimu, który kiedyś aspirował do absolutnej kontroli nad jednostką.

Przełożyła *Anna Rogulska*

## Abstract

---

### Małgorzata Fidelis

UNIVERSITY OF ILLINOIS AT CHICAGO

*Are You a Modern Girl? Consumer Culture and Young Women in 1960s Poland*

The article discusses images of the "modern girl" in Poland in the 1960s in the context of a socialist society that was increasingly open to Western trends. In particular, the popular biweekly *Filipinka* became a forum for editors and female teenage readers to debate modern lifestyles, and the relationship between young women and an increasingly globalized youth culture. Contested ideas of modern girlhood exemplified larger tensions within the Polish post-Stalinist project where social actors from political elites to ordinary people debated the shape of Polish society in the context of changing definitions of the Cold War, Polish tradition, and the impact of global mass media and consumer culture.

## Keywords

---

consumption, communism, modernity, youth, magazines