

Małgorzata Roeske

Moda czy nostalgia? : o tym, jak PRL funkcjonuje w wyobraźni społecznej współczesnych Polaków

Kultura Popularna nr 2 (40), 140-151

2014

Artykuł został zdigitalizowany i 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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Małgorzata Roeske

Moda czy

nostalgia?

*O tym, jak PRL
funkcjonuje w wy-
obraźni społecz-
nej współczes-
nych Polaków*

Minęło 25 lat od momentu transformacji systemowej w Polsce, a epoka PRL-u jest nadal żywa w społecznej wyobraźni Polaków. Pokolenie pamiętające tamten okres wspomina go z rozrzewaniem, którego nie zakłócają nawet reminiscencje pozornie przykrych doświadczeń związanych choćby z brakiem towarów, kolejkami, czy opresyjnym aparatem władzy. Fakty z przeszłości są poddawane swoistemu przewartościowaniu, czego efektem jest idealizacja minionego czasu. Równocześnie jesteśmy świadkami nieco innego zjawiska, jakim jest moda na PRL. Piszę „innego”, gdyż, o ile w pierwszym przypadku mamy do czynienia z pewnym rodzajem nostalgii, o tyle moda na tzw. cywilizację komunizmu (Grębecka, 2010a: 321) wydaje się być odrębnym zjawiskiem, opartym na innych mechanizmach. Nostalgia jest – co zrozumiałe – głównie udziałem pokolenia, które pamięta okres socjalizmu. Odwołuje się przede wszystkim do sfery emocji, wydaje się koncentrować w wyobrażeniach wspólnoty pokoleniowej, która doświadczyła tamtej epoki i w ich obrębie niejako zamyka się. Odbiorcami mody na PRL jest natomiast w większości młodsze pokolenie, dla którego artefakty socjalizmu zyskały status kultowych, a czasy tamte jawią się jako niewyczerpane źródło absurdalnego humoru. Należy w tym miejscu podkreślić, iż moda na PRL nie oznacza mody na komunizm w rozumieniu systemu politycznego. Zjawisko funkcjonuje w oderwaniu od polityki oraz ideologii, ogranicza się ono jedynie do fascynacji przedmiotami i życiem codziennym PRL-u.

Moda, jak to zwykle bywa, związana jest ściśle z kulturą masową. Wydaje się tutaj zasadnym wprowadzenie rozróżnienia na kulturę masową i popularną, często stosowanych zamiennie. Istotna różnica polega na tym, iż kultura masowa jest niejako wtórna wobec kultury popularnej. Kultura popularna jest generowana oddolnie, jej źródłem jest gust odbiorców, którzy wyrażają zapotrzebowanie na określonego rodzaju treści i wytwory, oni również je upowszechniają. Kultura masowa jest ściśle związana z rewolucją przemysłową i upowszechniana poprzez środki masowego przekazu, reklamę. W tym rozumieniu kultura popularna jest pojęciem szerszym i ma charakter ahistoryczny, bardziej uniwersalny (ibidem: 331–332).

Popkomunizm¹ zasadniczo ma swoje źródła w kulturze popularnej – zapotrzebowanie na treści związane z cywilizacją komunizmu ma charakter oddolny. Moda ukonstytuowała się spontanicznie, bez udziału specjalistów od marketingu i reklamy. Niemniej jednak rynek żywo odpowiada na ową potrzebę, dlatego obecnie jesteśmy świadkami zalewu treści nawiązujących do minionego systemu, popularyzowanych przez mass media, a więc kulturę masową.

Celem niniejszej pracy jest próba analizy przyczyn, mechanizmów oraz, do pewnego stopnia, również konsekwencji funkcjonowania obydwu tych zjawisk: nostalgii oraz mody na PRL. Chciałabym również zastanowić się, jaka relacja je łączy: czy możemy mówić o jakimkolwiek związku przyczynowo-skutkowym, czy też zjawiska te oparte są na zupełnie odrębnych mechanizmach.

Małgorzata Roeske – absolwentka studiów I stopnia na kierunku etnologia i antropologia kulturowa UJ, obecnie studentka II roku studiów uzupełniających w IEiAK UJ. malgorzata.roeske@gmail.com

1 Termin ten utrwalili się już w dyskursie badaczy zajmujących się zagadnieniem socjalizmu. Jak sama nazwa wskazuje, odwołuje się ono do kultury popularnej, a więc generowanej oddolnie. Wiąże się on zarazem z szeroko rozumianymi treściami kulturowymi powstałymi w krajach socjalistycznych i komunistycznych, czyli tzw. cywilizacją komunizmu: sztuką, estetyką, artefaktami, zachowaniami społecznymi (Grębecka Z., 2010a).

Nostalgia za PRL-em

Termin „nostalgia” na gruncie nauk humanistycznych rozumiany jest jako tęsknota za minionym, utraconym czasem – za krainą dzieciństwa, małą ojczyzną, ojczyzną ideologiczną, utraconą arkadią (Grębecka, 2010b: 359). Muszą zatem zaistnieć dwa warunki, aby zrodziło się uczucie nostalgii w człowieku: pamięć przeszłości oraz utrata związana ze zmianą położenia. Efektem tej tęsknoty jest pozytywne wartościowanie przeszłości, niekiedy wręcz jej idealizacja. Przeszłość jest poddawana mechanizmowi mityzacji, jawi się jako czas w którym panowało braterstwo, wspólnota, egalitaryzm. Michael Herzfeld, autor koncepcji nostalgii strukturalnej, zauważa, że jej cechą jest powtarzalność – każde pokolenie wyraża tę samą tęsknotę za czasem minionej młodości, kiedy ludzie byli dla siebie lepsi, bardziej bezinteresowni, życzliwsi (Herzfeld, 2005). Inny autor, David Lowenthal, utożsamia nostalgię z modą na fascynację przeszłością i źródeł tejsze dopatruje się w tempie zmian społecznych, które wywołują zjawisko, które określa on mianem obowiązku pamięci. Obowiązek ten przejawia się w potrzebie prowadzenia działalności kronikarskiej i kolekcjonerskiej². Nostalgia jest zjawiskiem powszechnym i wszechogarniającym, definiującym nasz stosunek wobec przeszłości. Lowenthal, cytując Bevisa Hilliera, pisze, że „historia została przetworzona na nostalgię niemal natychmiast po tym, jak się wydarzyła”³ (Lowenthal, 1985: 6). Podobne do Herzfelda spojrzenie na przyczyny nostalgii prezentuje Marcin Brocki. Uważa on, iż jej źródło leży w zbyt szybkiej zmianie kodów kulturowych organizujących życie społeczne po upadku socjalizmu w Polsce, przez co stały się one „obcymi językami” (Brocki, 2011: 26–33). Wyjaśnienie to wydaje się być całkiem prawdopodobne – osoby, które doświadczyły transformacji zwyczajnie mogą czuć się zagubione w nowej rzeczywistości i dlatego uciekają we wspomnieniach w znaną, oswojoną przeszłość. Jeżeli już doszliśmy do tematu przyczyn nostalgii, warto je nieco usystematyzować.

Motywy nostalgii

Do podstawowych źródeł nostalgii badacze zaliczają tęsknotę za utraconą, zmityzowaną przeszłością, poczucie utraty ciągłości wobec zbyt naglej zmiany kulturowej oraz przekonanie o istnieniu w przeszłości silniejszych i głębszych więzi międzyludzkich (Grębecka, 2010a: 335). Tęsknota za przeszłością to również tęsknota za minioną młodością, która zwykle ulega idealizacji. O ile powyższe motywy wydają się być dość uniwersalne dla wszelkich przejawów nostalgii, warto przyjrzeć się, w jaki sposób realizują się one w przypadku nostalgii za PRL-em.

Życie codzienne w socjalistycznym kraju na pewno nie było łatwe, ale był to świat znany i oswojony, funkcjonujący według względnie jasnych reguł, które zapewniały poczucie stabilizacji. Ten relatywnie trwałe idiom kulturowy rozsypał się wraz z zaistnieniem transformacji systemowej, która przyniosła zmiany gospodarcze, kulturowe i obyczajowe o niespotykanej dotąd dynamice. Niezwykle trafna jest w tym przypadku popularna swego czasu metafora jadącego pociągu, do którego nie każdemu udało się wskoczyć. Osoby, które

2 Pewnych analogii można się tutaj doszukać w koncepcji „punktów pamięci” Pierre’a Nory, do której powrócę jeszcze w dalszej części pracy.

3 „History was being recycled as nostalgia almost as soon as happened” (tłum. M.R.).

nie nadażyły za zmianą, znalazły się w trudnej sytuacji materialnej. Problem ten jednak nie dotyczy wyłącznie sfery ekonomicznej, ale także – a może przede wszystkim – kulturowej. Reguły życia społecznego, kody, o których pisze Marcin Brocki, zmieniły się w zbyt szybkim tempie dezorganizując życie jednostki. Naturalnym odruchem obronnym w takiej sytuacji jest zwrot ku temu, co znajome i bezpieczne – ucieczka w oswojoną przeszłość. Przeszłość ta jest postrzegana jako miejsce prostszych, nieskomplikowanych relacji międzyludzkich; świat, w którym łatwiej można było liczyć na pomoc drugiego człowieka i w którym istniały silniejsze więzi wspólnotowe (na przykład sąsiedzkie). Mający swoje źródło w komunistycznej ideologii egalitaryzm, zakładający równy podział środków, może nie był realizowany w stopniu wzorcowym, ale regulował na tyle poziom życia obywateli, że nie miały miejsca tak drastyczne różnice w statusie materialnym, jakie zaistniały później. „Nikt nie miał za dużo, wszyscy mieliśmy po równo, nie było zazdrości” – mawiają osoby pamiętające PRL. To zapewne jest spore uproszczenie, gdyż jak wiadomo wielu próbowało na różne sposoby, nie zawsze legalne, poprawić swój standard życiowy, z czego zrodziło się powszechnie znane zjawisko „kombinowania”, niemniej jednak sytuacja dawała poczucie pewnej sprawiedliwości społecznej. Innym ważnym czynnikiem budującym poczucie wspólnoty, jaki pojawia się w wypowiedziach respondentów, była świadomość posiadania „wspólnego wroga”, którym był opresyjny aparat władzy (Golonka-Czajkowska, 2010: 302).

Sytuacja materialna w PRL-u jest przez wielu paradoksalnie uważana za lepszą w stosunku do współczesnej (Grębecka, 2010a: 335). Państwo stwarzało poczucie socjalnego bezpieczeństwa, każdemu starczało na podstawowe potrzeby życiowe, nie było problemu bezdomności, ani bezrobocia. Warunki życiowe w porównaniu do dzisiejszych były siermiężne, ale poczucie stabilizacji rekompensowało te niedobory. Mówiąc o nostalgii za utraconą młodością, nasuwa się pewna analogia systemu socjalistycznego z okresem dzieciństwa – państwo opiekuńcze, niczym rodzic, roztaczało nad obywatelami parasol, oczekując jednocześnie podporządkowania się restrykcyjnym przepisom władzy. Przemianę systemową można zatem porównać do sytuacji człowieka, który opuszcza bezpieczny, choć ograniczający wolność dom rodzinny i wkracza w nową, niepewną rzeczywistość, w której będzie musiał liczyć już tylko wyłącznie na własne siły. Nostalgia za młodością nabiera wobec tych założeń podwójnego sensu – jest to tęsknota za rzeczywistym okresem dzieciństwa czy młodości, który przypadł na lata Polski Ludowej, ale też uniwersalna tęsknota za bezpowrotnie utraconym poczuciem bezpieczeństwa i opieki. Poczucie bezpieczeństwa i ładu społecznego to zresztą kolejny podnoszony przez badaczy czynnik budujący nostalgię za PRL-em – paradoksalnie działania służb porządkowych bywają waloryzowane pozytywnie (ibidem).

Katarzyna Górską dostrzega jeszcze inne powody nostalgii za socjalizmem w Polsce (Górską, 2010a: 217–228). Wskazuje ona na przyczyny natury politycznej, takie jak kwestia lustracji, trwanie przy władzy dawnych działaczy komunistycznych, brak rozliczenia decydentów z ich zbrodniczych decyzji oraz fakt, iż cieszą się oni wysokimi świadczeniami socjalnymi – to wszystko rodzi poczucie głębokiej niesprawiedliwości społecznej. Górską zauważa, iż z uwagi na odmienny przebieg dekomunizacji Polski oraz Niemiec, nostalgia na terenach dawnego NRD ma zupełnie inny charakter. U nas brak rozliczenia bolesnej przeszłości powoduje niemożność odcięcia się od niej i pozostawienia za sobą. Jest niczym stale jątrząca się rana, o której nie chcemy myśleć. Zauważmy, iż perspektywa ta jest zupełnie odmienna od proponowanej przez

innych badaczy, którzy przyczyny skupienia się na przeszłości dostrzegają w pozytywnym jej wartościowaniu w relacji do terażniejszości.

Nostalgia i jej odmiany w krajach byłego bloku wschodniego

W niniejszej pracy skupiam się na problemie nostalgii w odniesieniu do minionego systemu politycznego, dlatego warte uwagi może być przyjrzenie się pokrótce temu zjawisku w kontekście innych państw postsocjalistycznych. Badacze wyróżniają kilka typów nostalgii w odniesieniu do zmiany systemowej, w zależności od kraju występowania:

Ostalgia – termin ten początkowo był stosowany na określenie tęsknoty mieszkańców byłego NRD za okresem socjalizmu, z czasem zyskał bardziej uniwersalne znaczenie i jest obecnie używany przez część badaczy w odniesieniu do zjawiska nostalgii w kontekście transformacji politycznej w obrębie całego bloku wschodniego (Górska, 2010b: 360).

Gierkonostalgia – jak sama nazwa wskazuje, odnosi się do naszej rodzimej rzeczywistości, do lat 70., czyli okresu rządów Edwarda Gierka jako I sekretarza PZPR. W okresie tym, jak wiadomo, poziom życia chwilowo podniósł się ze względu na dofinansowanie przemysłu i rolnictwa; pojawiły się pierwsze Peweksy, gdzie można było kupić za dolary zagraniczne towary i zakosztować „zachodu”. Dziś przejawem nostalgii za tą relatywnie dostatnią fazą PRL-u jest dosyć powszechne powiedzenie „jak za Gierka” (Jaworska, 2010: 349–351).

Jugonostalgia – tutaj podobnie jak w pozostałych przypadkach mamy do czynienia z rodzajem tęsknoty wobec idealizowanej socjalistycznej przeszłości, tym razem dawnej Jugosławii. Jej odmianą jest titonostalgia, która wiąże się z osobą jugosłowiańskiego przywódcy, Josipa Broza Tity i wprowadzoną przez niego specyficzną, lokalną odmianą komunizmu o quasi-religijnym charakterze (Bogusławska, 2010a: 351–353).

Moda na PRL – przedmiot i pamięć

Modą na PRL można w skrócie określić ponowny obieg treści właściwych dla kultury polskiej w okresie socjalizmu. Treści te dotyczą głównie estetyki i aspektów życia codziennego, mają przetworzoną w stosunku do oryginalnych formę i pełnią nieco inną funkcję. Zjawisko mody na jakiś wybrany, miniony okres nie jest nowe – od czasu do czasu pojawiają się trendy wskazujące na fascynację poszczególnymi epokami, jak na przykład moda na retro i lata 20., bądź powrót do lat 60. i epoki dzieci-kwiatów. Trendy te wpisują się

w szersze zjawisko w kulturze towarzyszące nam już od pewnego czasu, które można określić mianem orientacji retrospektywnej. „Dawność” i tradycja są wartościowane pozytywnie. Czas nadaje przedmiotom wyższej jakości i nie odnosi się to wyłącznie do kwestii oryginalnych artefaktów z przeszłości jak antyki, gdzie wiek jest wyznacznikiem autentyczności – wszakże niezwykle modne jest rękodzieło polegające na celowym postarzeniu mebli czy innych przedmiotów użytku codziennego technikami takimi, jak *decoupage* lub *shabby-chic*. Odwoływanie się do przeszłości i tradycji jest skrzętnie wykorzystywane przez specjalistów od marketingu: zewsząd otaczają nas firmy podkreślające wieloletni okres swojej działalności, restauracje oferujące „tradycyjne, domowe jadło”, retro-butiki, sklepy, w których można zakupić stylizowane na vintage elementy wyposażenia wnętrza. Cyklicznie powraca moda na utwory muzyczne i wykonawców z poprzednich dziesięcioleci. Zjawisko, o którym piszę, nazwane zostało przez Marka Krajewskiego kulturą repetycji (Krajewski, 2003). Istotne są jego konsekwencje:

Kultura repetycji zmienia poczucie czasu – przeszłość staje się terażniejszością, ponieważ nieustannie możemy wykorzystywać jej materialny dorobek, a produkty powstałe kilkadziesiąt lat temu nie trafiają już do muzeum, tylko otrzymują nowe życie, stają się ponownie przedmiotem konsumpcji i pożądania klientów (Kulmiński, 2010: 356).

Jean Baudrillard określa zjawisko wtórnego przetwarzania znaków mianem recydingu kulturowego. Autor ten wskazuje na zmienność i nietrwałość wzorców kulturowych, w związku z czym treści są przetwarzane w taki sposób, by sprostać współcześnie obowiązującej zasadzie aktualności. W tym ujęciu kultura jest „magazynem znaków, obrazów i figur stylistycznych” (Krajewski, 2003: 206), z tego rezerwuaru wybieramy te treści, które zgodne są z aktualnie obowiązującą modą (por. Bogusławska, Grębecka, 2010: 365–367). Kultura popularna ma zatem charakter kumulatywny, oparta jest na wciąż powracających cytatach, interpretacjach, rewitalizacjach oraz nieustającemu nadawaniu treściom nowych sensów.

Hans Kloss, Pszczółka Maja i nowohucki Trabant

Jak już wspomniano wcześniej, moda na PRL, mimo iż generowana przez kulturę popularną, upowszechniana jest przez masowe środki przekazu. Najpopularniejsze z nich to oczywiście telewizja oraz Internet. Popularne seriale z lat 60.-80., jak choćby *Stawka większa niż życie*, *Cztery pancerni i pies* czy *Alternatywy 4*, są cyklicznie emitowane przez Telewizję Polską, dzięki czemu nie ma chyba Polaka, niezależnie od wieku, który nie obejrzałby chociaż jednego odcinka wspomnianych produkcji. Niezwykle popularne są również filmy z tamtego okresu, szczególnie komedie Stanisława Barei czy innych twórców przedstawiających absurdalny świat PRL-u. Również w Internecie coraz powszechniejsze są serwisy wykorzystujące zabawne nonsensy z czasów Polski Ludowej obecne w przekazach publicznych, czego przykładem może być strona *Bareizmy wiecznie żywe*, a także oparty na retoryce nostalgii, prezentujący zdjęcia artefaktów z lat 70. i 80., *Born in the PRL*. Podobny

retrospektywno-sentymentalny charakter ma strona *Pewex* – zamieszczone tutaj są nie tylko zdjęcia przedmiotów czy grafiki nawiązujące do socjalistycznej estetyki, można również przenieść się w konkretną dekadę, obejrzeć fragmenty programów telewizyjnych, pograć w kultowe, choć z dzisiejszej perspektywy nieco prymitywne gry komputerowe, posłuchać muzyki, a także zaopatrzyć się w stylizowane na peerelowski design ubrania oraz sprzęty.

Pewex jest zaledwie jednym z szeregu sklepów internetowych oferujących odzież, dodatki oraz elementy wyposażenia domowego – dla przykładu w sieci działa również popularny *Spod lady* czy łódzki sklep wysyłkowy *Pan tu nie stał*. Popularnością cieszą się także strony prezentujące zbiory kolekcjonerskie, jak choćby *Muzeum dobranocek PRL-u* Wojciecha Jamy czy jego *Muzeum Czterech pancernych i psa*. Na Allegro można znaleźć bogaty wybór oryginalnych przedmiotów z epoki: sprzętów elektronicznych, plakietek i szyldów z hasłami, plakatów propagandowych i innych.

Fascynacja popkomunizmem nie ogranicza się bynajmniej do mass-medium. Dzięki krakowskim Crazy Guides mamy okazję cofnąć się w przeszłość i odbyć wycieczkę po samym centrum symbolicznego komunizmu, jakim jest niewątpliwie Nowa Huta (Golonka-Czajkowska, 2010: 297–302). Organizatorzy proponują podróż Trabantem, czyli samochodem-symbolem, po równie silnie naznaczonych semantycznie miejscach, jak na przykład Plac Centralny, Kombinat czy Aleja Róż. Wycieczka jest reklamowana jako niekonwencjonalna alternatywa dla zwyczajowego zwiedzania, gdyż w założeniu ma pozwolić turystyce na bezpośredni, wielowymiarowy kontakt z przeszłością i pomóc doświadczyć jej wszystkimi zmysłami. Można ją określić jako podróż antropologiczną, skierowaną na jak najgłębsze zanurzenie się w obecnej rzeczywistości. Oferta wydaje się być skierowana głównie do zagranicznego turysty, a także przedstawicieli młodego pokolenia Polaków, którzy pragną zakosztować komunistycznej „egzotyki”. Wszak turystą można być zarówno w przestrzennym jak i w czasowym wymiarze.

Artefakty przeszłości i ich rola

Omawiane już były wcześniej źródła nostalgii i fascynacji „dawnością” i przeszłością. Wielu badaczy dostrzega je w zerwaniu ciągłości przekazu tradycji, czy zbyt szybkiej zmianie kodów kulturowych. Szczególnie użyteczna wydaje się tutaj być koncepcja Pierre’a Nory. Autor ten przyczyny zwrotu ku przeszłości dostrzega w tendencji do zapomnienia, braku „środoniska pamięci”. Kiedyś przyszłość była przewidywalna, bo splecioną nierozdzielnie z teraźniejszością i przeszłością. Współcześnie zerwaliśmy tę więź z przeszłością, dlatego i przyszłość stała się niepewna i obca. Remedium na ten stan ma być tworzenie „punktów pamięci” (Nora, 2001). Punktami tymi mogą być miejsca lub przedmioty, mające symboliczne znaczenie. Artefakty przeszłości pomagają odtworzyć pamięć o niej, ale pełnią jeszcze inną rolę. Wiadomym jest fakt, iż w okresie PRL-u nie istniał większy wybór towarów i poszczególne dobra były najczęściej reprezentowane przez jedną czy dwie marki. Przedmioty codziennego użytku, takie choćby, jak rower „Wigry”, pralka „Frانيا”, proszek „Pollena”, perfum „Być może...”, buty „Relaksy”, to tylko niektóre z tych, jakże mocno zakorzenionych w pamięci, artefaktów przypominających tamtą epokę. Jak słusznie zauważa Weronika Bryl-Roman, są one rodzajem kodów kulturowych budujących poczucie więzi i społecznego zakorzenienia tej konkretnej wspólnoty pokoleniowej (Bryl-Roman, 2010: 51).

Widzimy zatem w jaki sposób artefakty cyrkulują w ramach kulturowego obiegu, zgodnie z Baudrillardowską koncepcją recydingu kulturowego. Tracą pierwotną funkcję przedmiotów służących wyłącznie użytkowi codziennemu, jednocześnie zyskując nowy wymiar semantyczny i symboliczny. Ożywają na nowo stając się nośnikami nostalgii, ale i symbolem przynależności do grupy społecznej – tu wspólnoty pokoleniowej. Wiele przedmiotów z otaczającej nas rzeczywistości spełnia rzecz jasna podobną podwójną funkcję (por. Barański, 2007). W tym przypadku mamy jednak do czynienia z rewitalizacją obiektów i nadaniem im nowego sensu. Nawiązując do koncepcji symulaków Jeana Baudrillarda – uniezależniają się one od materialnej rzeczywistości i stają się autonomicznymi znakami (Baudrillard, 2005).

W przypadku popkomunizmu spotykamy się z dwoma rodzajami rewitalizowanych treści: autentycznymi przedmiotami z epoki oraz rekonstrukcjami i stylizacjami. Jak zauważa Zuzanna Grębecka, te drugie nie mogą być nośnikami nostalgii, gdyż są nieautentyczne (Grębecka, 2010a: 331). Warto w tym miejscu przytoczyć teorię Toma Selwyna, na którego powołuje się też Monika Golonka-Czajkowska, analizując przypadek Crazy Guides (Golonka-Czajkowska, 2010: 291), a także Ewa Klekot (Klekot, 2010). Selwyn co prawda odniósł ją do przypadku doświadczenia turystycznego, nie wydaje się być jednak nadużyciem zastosowanie jej także do omawianego tutaj problemu. Tak więc autor wprowadza rozróżnienie na dwie kategorie doświadczenia kontaktu z przedmiotem – autentyczność „zimną” i „gorącą”. Pierwsza z nich zakłada kontakt z oryginalnym przedmiotem (bądź człowiekiem, miejscem), którego autentyczność została potwierdzona. W drugim przypadku autentyczność opiera się na emocjonalnym doświadczeniu, autentyczność przeżycia nadaje obiektowi status prawdziwości. Taką właśnie rolę spełniają wszelkie rekonstrukcje, jak na przykład sprzedawane stylizowane meble lub przedruki plakatów propagandowych. Nie mają one statusu „dawności”, nie pochodzą z czasów PRL-u, ale symbolicznie odsyłają do tamtej rzeczywistości.

Ten absurdalny świat PRL-u

Jak już wspominałam, badacze zwracają uwagę na fakt, iż mamy obecnie do czynienia ze zerwaniem ciągłości przekazu tradycji. Pamięć o przeszłości nie jest kultywowana w domach, w szkołach zaniedbane jest nauczanie historii najnowszej, okres ten w historii Polski nie znajduje odzwierciedlenia w kanonie lektur w takim stopniu, jak ma to miejsce w przypadku lat II wojny światowej. Kody kulturowe i językowe ulegają zapomnieniu. Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest konieczność czerpania przez młode pokolenie wiedzy ze środków masowego przekazu. Popularne polskie komedie z lat 70. i 80. prezentują rzeczywistość PRL-u w krzywym zwierciadle absurdu, co nie pozostaje bez konsekwencji dla kreowania społecznych wyobrażeń tamtego świata, szczególnie wśród młodego pokolenia, które nie miało już okazji doświadczyć życia w socjalistycznym kraju. Zjawisko to Zuzanna Grębecka określa mianem *bareizacji*, od nazwiska Stanisława Barei (Grębecka, 2010a: 336–337). Fikcja filmowa jest traktowana jako rzetelne i obiektywne źródło wiedzy o PRL-u. Młodzi odbiorcy nie dostrzegają faktu, iż przedstawiany na ekranie świat jest zanegdotyzowany, poddany zabiegom hiperbolizacji. Recepcja tych dzieł filmowych w kategoriach dokumentu powoduje, iż przez taki właśnie pryzmat groteski i ironii młode pokolenie odbiera całą rzeczywistość Polski socjalistycznej – staje się ona synonimem absurdu i nonsensu. Grębecka pisze:

[...] proces bareizacji powoduje, iż odbiorca ów dysponuje społeczną instrukcją mówiącą, że ze wszystkiego, co peerelowskie, wolno i wypada się śmiać. [...] W przypadku PRL-u sam stempel przynależności do epoki jest sygnałem, że oto odbiorca będzie miał do czynienia z czymś zabawnym (ibidem: 332).

Absurd i nonsens stały się podstawowymi kategoriami opisu świata PRL-u, całościowym paradygmatem poprzez który jest on odbierany. Takie spojrzenie ma daleko idące konsekwencje – zacierają się różnice pomiędzy prawdziwymi ludzkimi dramataми a satyrycznym przedstawieniem świata. Rzeczywistość PRL-u traci swój autentyczny ontologiczny wymiar i przybiera postać farsy, komedii wypełnionej postaciami z przeszłości, która przecież nie jest realna.

Nasz rodzimy, komunistyczny *vintage*

O ile zasadne wydaje się tłumaczenie mody na PRL wśród pokolenia pamiętającego tamte czasy pewnym rodzajem nostalgii, o tyle ciekawym problemem są źródła popularności tego zjawiska wśród młodszej generacji, która nie doświadczyła przecież socjalizmu. PRL jest „trendy”, przekonać się o tym można odwiedzając niemal dowolny pub, którego wystrój wnętrza w mniejszym lub większym stopniu nawiązuje do socjalistycznej estetyki, choćby poprzez szyldy czy plakaty propagandowe lub siermiężny wystrój toalety. Można w nich zjeść lubiane w PRL-u zakąski typu śledź czy ogórek kiszony i zapić taną wódką. Modne jest urządzenie imprezy przy muzyce z epoki – na fali popularności wracają zapomniani artyści PRL-u. W internetowych sklepach, które są głównie skierowane do młodych, popularnością cieszą się ubrania z nadrukami nawiązującymi do haseł Polski Ludowej. Styl ten jest chętnie adoptowany przez subkulturę hipsterów, którzy pragną być postrzegani jako kontestatorzy wszelkiej mody i tzw. mainstreamu.

Artefakty komunizmu spełniają niewątpliwie ważną rolę jako nośniki pamięci oraz pomagają podtrzymywać poczucie tożsamości generacji pamiętającej okres PRL-u, stąd zrozumiały jest sentyment wobec nich. Powstaje jednak pytanie co przyciąga do popkomunizmu młode pokolenie i sprawia, że treści te zyskują status kultowości?

Zjawiska takiego jak moda na PRL nie można analizować w oderwaniu od szerszego kontekstu kulturowego, jakim jest moda na *retro* i *vintage*. Weronika Bryl-Roman tak pisze o tym fenomenie: „Vintage to być może wytwór ponowoczesności – spluralizowanej, mozaikowej i zapatrzonej w przeszłość kultury. Zjawisko to można postrzegać jako praktykę postmodernistycznego recydlingu treści kulturowych” (Bryl-Roman, 2010: 53).

Pojęcie *vintage* odnosi się do designu i oznacza przedmioty wykonane z dużą starannością, z wysokiej jakości materiałów, posiadające oryginalną formę i wzornictwo i dzięki temu zyskujące status ponadczasowych. *Vintage* czerpie z estetyki poprzednich epok, zapożycza elementy i łączy je ze współczesnymi projektami. W krajach Europy Zachodniej obserwujemy nawrót do wzornictwa szczególnie lat 50. i 60. I chociaż powszechne jest przekonanie o bezrefleksyjnym czerpaniu z zachodnich wzorców, w tym przypadku nie spotykamy się z nim. Dysponujemy własnym, lokalnym produktem, który

w dużej mierze jest oryginalnym wytworem. Peerelewski *design* przyciąga młodych ludzi o nieco bardziej alternatywnych gustach, którzy chcą się wyróżniać i nie odpowiada im zachodnia estetyka. Z drugiej strony wzorec ten daje im poczucie, że mają coś własnego, zakorzenionego w rodzimej kulturze, a jednocześnie oryginalnego i mogącego stanowić produkt eksportowy.

Można się zastanawiać, czy rzeczywiście kontestacja jako taka nie jest właśnie kluczem do zrozumienia przyczyn zainteresowania PRL-em wśród młodego pokolenia. Jest to generacja wychowana w okresie, gdy w Polsce zdążyła już wytworzyć się klasa średnia i stopa życiowa, przynajmniej części społeczeństwa, podniosła się w stosunku do poprzednich dekad. Młodzi ludzie jednak odrzucają tę wygodę i nowoczesność – nawet jeśli ma to dość powierzchowny charakter – i zwracają swe gusta ku szarej, siermiężnej rzeczywistości Polski Ludowej. Nasuwa się tu pewna analogia z okresem kontestacji lat 60., kiedy amerykańska młodzież zanegowała wzorce obyczajowe klasy średniej i sprzeciwiła się konsumpcyjnemu stylowi życia, postanawiając wieść życie proste i zgodne z naturą. Być może jest to po prostu kolejny objaw konsumpcyjnego przesycenia i naturalnego w pewnym wieku buntu wobec tego, co zastane.

Wnioski końcowe

Podsumujmy zatem: zjawisko nostalgii za PRL-em wydaje się mieć swoje źródło częściowo w postnowoczesnej kondycji społecznej, w której ma miejsce zerwanie ciągłości przekazu kulturowego, ale wiąże się również ze specyficzną sytuacją polityczną – zbyt szybką zmianą idiomu kulturowego, jaka nastąpiła po upadku systemu komunistycznego. Pewne znaczenie dla tego fenomenu ma też czynnik emocjonalny i fakt, iż okres socjalizmu przypadł na lata młodości pokolenia, które ową nostalgię przejawia. Moda na PRL związana jest z powszechną kulturą repetycji i czerpie z popularności *retro* i *vintage*. Odbiorcami mody wydają się być w nieco większym stopniu przedstawiciele młodszego pokolenia, chociaż zależne to jest od danych treści. Przekaz telewizyjny dociera do widzów w różnym wieku, nie należy również generalizować wieku odbiorców przekazu internetowego. Różnica w recepcji popkomunizmu polega raczej na odmiennych przyczynach oraz mechanizmach. Dla pokolenia pamiętającego Polskę Ludową artefakty i treści kulturowe mają wartość sentymentalną. Kreują one również poczucie pokoleniowej wspólnoty i tożsamości. Dla młodszej generacji autentyczność tych treści nie wydaje się mieć aż takiego znaczenia – realność tamtej epoki jest drugorzędna, doświadczenie nie ma funkcji legitymizacyjnej. Funkcjonują one i tak na pograniczu fikcji i rzeczywistości, a tym, co stanowi o ich wartości, jest absurd, humor i groteska. Niemniej dla tych młodych ludzi PRL jest nie tylko oryginalnym trendem, ale i swoistym dziedzictwem kulturowym. Własnym i niepowtarzalnym produktem eksportowym. Selektywnie wybrane oraz poddane procesowi desemantyzacji i nadania nowego znaczenia teksty kulturowe, są czymś w rodzaju „komunistycznego *fast-foodu*”, lekkiego i łatwo przyswajalnego przedstawienia świata, w którym trudności dnia codziennego przyjmuje się z humorem oraz ironią.

Rzeczywistość Polski Ludowej, choć niezbyt odległa w czasie, postrzegana jest jako egzotyczna i obca. Zjawisko to Zuzanna Grębecka, powołując się na pracę Magdaleny Bogusławskiej dotyczącej roli kuchni w rekonstrukcji obrazu byłej Jugosławii, nazywa procesem etnografizowania komunistycznej

przeszłości (Grębecka, 2010a: 339). Bogusławska wykazuje, iż to właśnie styl życia oraz kulturowe implikacje ustroju zamiast samych wydarzeń politycznych wpływają na kształt pamięci o komunistycznej przeszłości (Bogusławska 2010a: 251–270). Uświadomienie sobie własnych cech kulturowych oraz ich wartości owocuje zwykle rozwojem folkloryzmu i myślę, że o pewnej jego formie możemy również mówić w przypadku przetwarzania treści kulturowych PRL-u. Funkcjonują one w oderwaniu od pierwotnych znaczeń i nabierają nowego sensu, stają się towarem na sprzedaż. W ciągu 25 lat od przemiany systemowej zdołaliśmy przewartościować kompleksy kraju postsocjalistycznego i kulturę niedoboru przekształcić w swój atut.

BIBLIOGRAFIA:

- Barański J. (2007). *Świat rzeczy*. Kraków.
- Bareizmy wiecznie żywe (<https://www.facebook.com/bareizmy?fref=ts>, dostęp: 16 stycznia 2014).
- Baudrillard J. (2005). *Symulakry i symulacja*. Przeł. S. Królak. Warszawa.
- Bogusławska M. (2010a). *Jugonostalgia*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Bogusławska M. (2010b). *Tito do kuchni. Popularne (re)konstrukcje obrazu komunistycznej Jugosławii*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Bogusławska M., Grębecka Z. (2010). *Recycling kulturowy* [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Born in the PRL (<https://www.facebook.com/BornInThePRL?fref=ts>, dostęp: 16 stycznia 2014).
- Brocki M. (2011). *Nostalgia za PRL-em. Próba analizy*. „Konteksty”, 1.
- Bryl-Roman W. (2010). *Polski vintage – odkrywanie peerelowskiego designu*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Golonka-Czajkowska M. (2010). *Podróż do krainy zwanej Nową Hutą, czyli o komunizmie jako atrakcji turystycznej*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Górska K. (2010a). *Nostalgia za PRL-em i ostalgia*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Górska K. (2010b). *Ostalgia*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Grębecka Z. (2010a). *Między śmiechem a nostalgią – powroty do komunistycznej przeszłości*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Grębecka Z. (2010b). *Nostalgia*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Haratyk P. (2010). *Cioty tęsknią za PRL-em. Nostalgia za minioną epoką jako podstawa świata fantazmatycznego bohaterów „Lubiewa” Michała Witkowskiego*. [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Herzfeld M. (2005). *Zażyłość kulturowa. Poetyka społeczna w państwie narodowym*. Przeł. M. Buchowski. Kraków.

- Jaworska J. (2010). *Gierkonostalgia*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Klekot E. (2010). *Miasto oczyma tubylczego przewodnika*. „OpCit”, nr 37, online <http://opcit.pl/teksty/miasto-oczyma-tubylczego-przewodnika/>, dostęp: 14 stycznia 2014.
- Krajewski M. (2003). *Kultura czwarta: Kultura repetycji (PRL w kulturze popularnej)*, [w:] tegoż, *Kultury kultury popularnej*. Poznań.
- Kulmiński R. (2010). *Kultura repetycji*, [w:] Bogusławska M., Grębecka Z. (red.), *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna*. Kraków.
- Lowenthal D. (1985). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge.
- Muzeum Czterech pancernych i psa* (<http://muzeumczterehpancernych.pl>, dostęp: 16 stycznia 2014).
- Muzeum dobrońcek PRL-u* Wojciecha Jamy (<http://www.muzeumdobroncek.pl/p/>, dostęp: 16 stycznia 2014)
- Nora P. (2001). *Czas pamięci*. Przeł. Wiktor Dłuski. „Res Publica Nowa”, nr 7. Pan tu nie stał (<http://pantuniestel.com/sklep/>, dostęp: 16 stycznia 2014).
- Pewex* (<http://retro.pewex.pl>, dostęp: 21 sierpnia 2014)
- Spod lady* (<http://www.spodlady.com>, dostęp: 16 stycznia 2014)