

AMERYKA W GŁOWACH POLAKÓW

Pewexy, reglamentowana Pepsi-Cola, hip-hop, „Rambo” na kasecie VHS – to miejsca, przedmioty i obrazy, które kształtowały nasze wyobrażenia o Ameryce. O nich rozmawiamy z dr Jolantą Szymkowską-Bartyzel, amerykanistką z UJ.

Z PEWEXU DO AMERYKI I Z POWROTEM

Piotr Żabicki: Cofnijmy się do lat 80. Pamiętasz Pewexy?

Dr Jolanta Szymkowska-Bartyzel: Pewnie. Tak samo jak wciąż pamiętają je miliony Polaków. Pewex zajmuje istotne miejsce w naszej pamięci.

Był jak enklawa różnorodności wśród codziennej szarości.

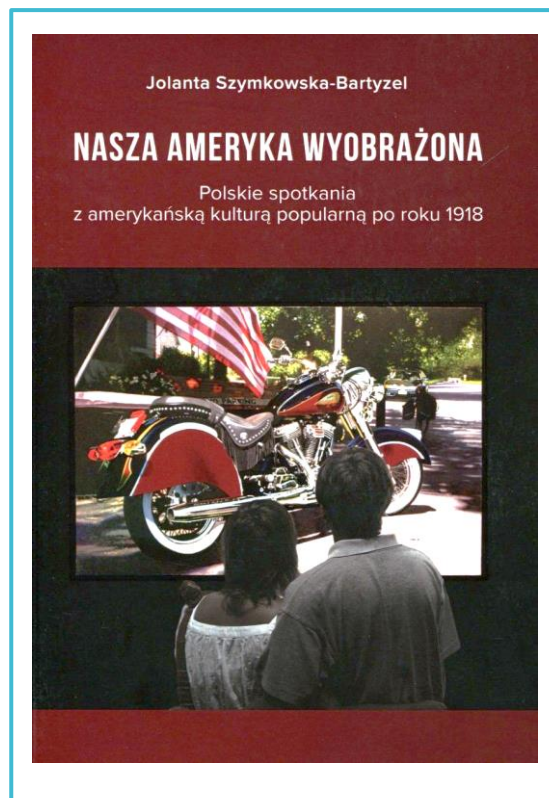
Te sklepy i towary w nich dostępne skupiały wiele naszych pragnień i marzeń. Same sklepy w polskim krajobrazie tamtych lat były obiektami zupełnie z innego świata. Inne niż reszta, kolorowe, pachnące, pełne dóbr zupełnie niezwykłych. Pamięć Polaków dotycząca Pewexów jest bardzo trwała. Ludzie do dziś pamiętają zapach tych sklepów, po latach potrafią odtworzyć dokładny odcień i krój zakupionej tam upragnionej bluzeczki czy smaku gumy do żucia.

Musiał być też wtedy inspiracją, zachętą do głębszego poznania tych innych, bajkowych krain?

Pewexy rozbudzały nasze aspiracje i tęsknotę za lepszym światem, a w efekcie stały się, paradoksalnie – bo przecież były narzędziem rządzących, motywatorem do walki z systemem. W gruncie rzeczy, jak dziś o tym myślę, to mimo wszystko wizyty w Pewexach były upokarzające. Najczęściej stać nas było na bardzo niewiele, na większość towarów patrzyliśmy z pożądaniem i przekonaniem, że i tak ich nigdy mieć nie będziemy.

Zaczęliśmy od Pewexów, ale temat naszej rozmowy jest szerszy – to różnorodne wyobrażenia tamtego, zachodniego świata, szczególnie wizje Ameryki, w głowach Polaków. Pisziesz o tym w *Naszej Ameryce wyobrażonej* (2015, Księgarnia Akademicka).

Zaczynam od międzywojnia. Ten okres oraz pierwsze niemal dwie dekady po 1989 roku miały wiele wspólnego, bo też sytuacja społeczno-ekonomiczna była bardzo podobna. Kraj po latach zapóźnienia nadrabiał zaległości, również w kwestiach kulturowo-obyczajowych. Wtedy amerykańska kultura popularna inspirowała, dostarczała wzorców, pokazywała jak wygląda nowoczesne społeczeństwo, jakie role społeczne pełnią w nim kobiety i mężczyźni etc. W okresie PRL-u te wyobrażenia Ameryki jako nowoczesnego, bogatego kraju, w którym każdy może odnieść sukces, również były żywe.



Dodatkowo istotne były wyobrażenia Ameryki jako kraju demokratycznego, szanującego wolności obywatelskie – wolność słowa, wolności obyczajowe.

Wiele osób postrzegało Amerykę jako przestrzeń wolności. A przecież władze Polski Ludowej bardzo starały się ukazać ten kraj, jako imperialistycznego wroga, który choćby za pomocą muzyki, filmów, literatury chce nami podstępnie zawładnąć.

W oficjalnym dyskursie oczywiście potępiano amerykańską kulturę popularną. Znaczna część elit intelektualnych otwarcie krytykowała kulturę masową zza oceanu jako miałą, trywialną i niestymulującą intelektualnie. Komunizm miał przecież stworzyć zupełnie nowego człowieka i na pewno nie wychowano by go na amerykańskich filmach czy muzyce. Choć z różnych źródeł wiadomo, że z właściwą sobie hipokryzją nawet najwięksi ideologiczni wrogowie Ameryki chętnie konsumowali produkty amerykańskiej kultury. Tyrmand w *Dzienniku* 1954 wspomina o dostojnikach partyjnych, którzy chętnie ubierali się w amerykańskie łaszki, nabywane na tzw. ciuchach. Inny przykład: pod koniec lat 70. Maciej Szczepański, demiurg gierkowskiej propagandy sukcesu, sprowadził do Polski pierwsze magnetowidy, które wraz odpowiednim zestawem filmów, prawie wyłącznie amerykańskich, rozprowadzono wśród partyjnych dygnitarzy.



Pełne półki Pewexu. Zdjęcie: retro.pewex.pl

W dużym zakresie władze sterowały przepływem tego co amerykańskie. Odkręcały lub zakręcały kurek z amerykańską kulturą. Po doświadczeniu okresu stalinizmu, kiedy to wszelkie produkty amerykańskie były surowo zakazano, rozpoczęto ich dawkowanie. Wykorzystywano je w charakterze wentyli bezpieczeństwa i stwarzania pozorów, że jednak niewiele nasza rzeczywistość różni się od tej zza oceanu. Ale Ameryka docierała do nas również, a może przede wszystkim, nieoficjalnymi kanałami, wszelkimi szczelinami jakie znalazły się w korodującej żelaznej kurtynie. To były paczki od bliskich z Ameryki, rozmaite produkty przemycane przez marynarzy czy innych podróżujących.

A władze na to: *my też mamy te same a nawet lepsze niż w Stanach produkty. I tak na rynek trafił na przykład polski produkt dżinsopodobny marki Odra.*

Dżinsy wtedy były nośnikami wielu znaczeń, znaczyły wolność, niezależność, luz, w tym sensie były antysystemowe. Dlatego być może były też ulubioną częścią garderoby polskich opozycjonistów. Dżinsy, prawdziwe, amerykańskie dzięki temu, że się wycierały miały właściwości zapisu osobowości właściciela, były takie same i różne jednocześnie. Polskie dżinsy zwane teksasami, nie wycierały się. Znaczyły bardziej konformizm niż bunt.

No właśnie, w wielu przypadkach, takich jak dżinsy Odry, ale i w działaniach, na które władze miały mniejszy wpływ, to co powstawało w Polsce było imitacją wytworów amerykańskich. Czy Polakom nie przeszkadzała ta wtórność? Nie buntowali się, że gdzieś tam istnieje centrum a oni są tylko na peryferiach odbijającymi światło Ameryki?

Nie nazwałabym tego odbijaniem światła Ameryki ani imitacjami. To raczej inspiracje. Chcąc nie pozostawać w tyle podglądamy. A że globalny biznes nie śpi, to i u nas wiele produktów jest bardzo szybko dostępnych. Jeśli zaś chodzi o to jak się inspirujemy – filmy Juliusza Machulskiego, czerpiące z hollywoodzkich rozwiązań, były w PRL-u objawieniem i chyba nie odmawiano im oryginalności, mimo oczywistej funkcji rozrywkowej. W latach 90. filmy

takie jak *Młode wilki*, *Psy*, *Sara* i inne również mocno inspirowane komercyjnymi filmami hollywoodzkimi nie zachwycały pewnie wymagających widzów, ale były kasowymi hitami. Komu w tym wypadku mógłby przeszkadzać wtórność? Tym wybrednym?

Fenomen amerykańskiej kultury popularnej polega na tym, że wiele jej form otwiera się w bardzo naturalny sposób na lokalne treści. Spójrz co się stało z hip-hopem. To zjawisko wyrosło w amerykańskich okolicznościach, stało się fenomenem globalnym. U nas mówimy o polskim hip-hopie, tak jak mówimy o polskiej szkole jazzu. Wielu twórców hip-hopu już dawno zniknęła z pola widzenia amerykańska geneza muzyki, którą tworzą.

A western, amerykańska opowieść z historią pogranicza w tle? Również ma wiele narodowych odmian, jego forma fascynuje filmowców z Tajwanu, Japonii, Włochy czy Polski.



Śląski western i jego twórca Józef Kłyk.

Zdjęcie: piotrkaczmarczyk.blogspot.com/2011/06/slaski-western.html

Naśladownictwo i imitacja szybko przechodzi w karykaturę czy parodię, razi sztucznością, budzi śmieszność, ale twórcze przetworzenie może być fascynujące. Formy amerykańskiej kultury są otwarte na takie właśnie kreatywne modyfikacje.

BEZSZWOWE WSZTUKOWANIE

Mówiłaś o hip-hopie, który w Polsce zaczął rozwijać się w latach 90. A wcześniej? Myślę, że muzyka *stricte* amerykańska: stary jazz, country, blues – rzadko przenikała do domów Polaków. Ona była zbyt elitarna, co jest paradoksem, bo w USA to muzyka popularna. A może się mylę, może była ona, przynajmniej w niektórych okresach, szeroko obecna?

Jazz w niektórych odmianach szczególnie swing, był bardzo popularny, ale głównie tańczony, nie słuchany. To późniejsze odmiany bebop czy cool jazz były bardziej elitarne. Country rzeczywiście w Polsce jest chyba dla pasjonatów. Choć ma i swój festiwal i audycje w radio. Zważmy jednak, że rock'n'roll, też przecież produkt amerykański, był już absolutnie szaleństwem masowym, z niego wyrósł rock również w polskiej wersji tzw. big bitu.

Z Ameryki przyszła też do nas subkultura hipisowska. Czy jej istnienie w Polsce wpisuje się w mit „wspaniałej Ameryki”, czy jest raczej wskazaniem negatywnych (tak jak to się działo w USA) stron amerykańskiej demokracji?

Wbrew temu co twierdził Józef Pyrz „Prorok”, jeden z ojców założycieli hipisowskiej subkultury



Polscy hipisi na zlocie w Częstochowie 1971

Zdjęcie: <http://www.fronda.pl/forum/sladamiojcow-i-dziadow-czestochowa,53441.html>

w Polsce, to nie działanie Ducha Świętego zainspirowało jego i jego kolegów do zmiany wyglądu, stylu życia i systemu wartości. Sprawily to artykuły w polskiej prasie, dotyczące amerykańskich hipisów.

Polscy hipisi byli młodymi buntownikami, którym amerykańscy odpowiednicy dostarczyli atrybutów buntu – ubrania, ozdoby, długie włosy, życie w komunie i eksperymenty z używkami. Polscy hipisi nie buntowali się przeciwko konsumpcjonizmowi, ani nie byli zapatrzeni w Mao. Niespecjalnie interesowała ich polityka. Byli antysystemowi a hipisowanie spełniało bardziej funkcję ucieczki od rzeczywistości. Młodzi ludzie chcieli wejść do świata, w którym zyskali podmiotowość, czuli się sobą, budowali swoją młodzieńczą tożsamość. Władza się nimi interesowała, tak jak interesowała się każdym odmieńcem.

A inne idee społeczne ważne w Ameryce? Czy w Polsce także przeszły *lifting*? Czy wraz z popkulturą coraz większego zasięgu nabierały np.: feminizm, nastawienie na zysk, kult młodości i urody itp.?

Ze wszystkimi musieliśmy się zmierzyć, ale też wszystkie zostały jakoś „docięte” i dostosowane do naszych doświadczeń, lokalnych możliwości i gustów. Nic nie zostało implementowane żywcem i bez modyfikacji.

Właściwie każda taka nowa idea, trend i moda przechodzi przez kilka faz, z których pierwsza jest zazwyczaj ślepym naśladownictwem, co często skutkuje przerysowaniem i nieautentycznością. Dopiero w kolejnych fazach następuje stopniowe docinanie, modyfikowanie i dostosowywanie do lokalnych okoliczności, potrzeb i wartości aż w końcu niemal bezszwowe wsztukowanie nowego zjawiska w rodzimą kulturę. Z feminizmem czy ideologią gender ciągle się mocujemy i docinamy do naszych warunków. To samo z otwartym dyskursem dotyczącym społeczności LGBT. Tu „hamulcowym” niewątpliwie jest nasz katolicyzm i sam kościół katolicki jako instytucja.



Konsumpcjonizm rozwinął się więcej niż znakomicie i zupełnie przeformatował naszą hierarchię wartości. W kwestii mody, kultu młodości i urody też dość szybko i bezkrytycznie przejmujemy wzorce amerykańskie. Nic w sumie dziwnego, akurat w tych obszarach bardzo agresywnie działa biznes, który zarabia na nowych trendach, modach, etc. I pod kątem profitów kształtuje nasze potrzeby.

Mówisz, że kościół katolicki jest przeszkodą w rozprzestrzenianiu się idei związanych z orientacjami seksualnymi. Jak, patrząc szerzej, to zderzenie kultu Ameryki i tradycyjnej religijności mieściło się w polskich głowach? Przecież w wielu przypadkach to co amerykańskie było świeckie, liberalne, nowoczesne.

Amerykańska kultura popularna oraz wizerunki i wartości, które wyrażała niemal zawsze pozostawały w opozycji do tego co tradycyjne, czy były to tradycyjne role społeczne czy religia.

Jedną z ważnych funkcji tej kultury jest to, że dostarcza narzędzi – wzorów, motywów, ikon, pozwalających jednostkom na budowanie własnej tożsamości i podmiotowości, często tworzonych w opozycji do rodzimej kultury, tradycji czy religii. Znamienne, że młodzież, która była zapatrzona w amerykańską kulturę, tacy choćby bikiniarze, budziła niechęć zarówno władz reżimowych, jak i starszego pokolenia: rodziców, dziadków nauczycieli. Takie reakcje miały miejsce niemal we wszystkich tradycyjnych społeczeństwach. Klasyczna walka starego z nowym. Tradycji z nowoczesnością.

Jak już jesteśmy przy socjologicznych podziałach to chciałbym podrzucić Ci pewną koncepcję na stworzenie rozdziałów Twojej książki nie według chronologii, a według grup społecznych i ich wyobrażeń Ameryki. Co sądzisz?

To ciekawy pomysł. Można też zbadać wyobrażenia Ameryki w różnych rejonach Polski. Ciekawe jak wariacje w tych wyobrażeniach są determinowane geograficznie i wynikać mogą na przykład z historii emigracyjnych z danych obszarów. Z pewnością różnice takie występują. Przecież wyobrażenie społeczne są modyfikowane przez nasze indywidualne doświadczenia, wykształcenie, kompetencje kulturowe, itp. Ciekawe, że na przykład *Przekrój* masowo niemal czytany przez polskich intelektualistów pisał o amerykańskiej kulturze raczej z dystansem, zapatrzony był w Paryż czy Londyn a nie Nowy Jork - to również mogło wpływać na wyobrażenia Ameryki czytelników pisma.

EPOKA MAGNETOWIDU I PÓŹNIEJ

W latach 80. i 90. nastąpiła era magnetowidu. Jak to się podziało, że w pierwszym rządzie Polacy rzucili się na amerykańskie kino klasy B lub C np. na takie „dzieła” jak *Akademia Policyjna* czy *Rambo*? Czego wg Ciebie ten zachwyć mógł być odbiciem?

Zachwyć wynikał z tego, że Polacy nie mieli dostępu do tego typu filmów. Zarówno repertuar kinowy jak i program TVP były tworzone według określonego klucza i koncepcji, w której nie było miejsca na prymitywne, naiwne kino rozrywkowe.

Ponieważ jak ustaliliśmy komunizm miał stworzyć nowego człowieka, człowiek ten miał być mądrzejszy od człowieka Zachodu i w pogardzie mieć tanie, prymitywne rozrywki. Rambo dodatkowo był przecież z ducha Reaganowski, walczył z komunistami. To się nie mogło podobać władzy. Magnetowid, a wcześniej magnetofon uwolniły Polaków od jedynej i jedynie słusznego źródła informacji i rozrywki, ale też od dyktatu elit i autorytetów. Dzięki tym urządzeniom mogli sami decydować co i kiedy chcą obejrzeć.



Piszesz, że w latach 90. „amerykańska kultura popularna odegrała kluczową rolę społeczną, przyjmując funkcję bufora łagodzącego transformacyjne zmiany”. Dla mnie to teza odważna?

Bufor łagodzi siłę uderzenia, amerykańska kultura popularna łagodziła szok, którym była transformacyjna rzeczywistość. Czy bez obrazów, które pokazywały nam jak wygląda Zachód i społeczeństwo kapitalistyczne nie bylibyśmy trochę tak jak bohater Allenowskiego *Śpiocha*, który budzi się po 200 latach w świecie, którego kompletnie nie zna i nie rozumie. Wiadomo nie od dziś, że rozrywka jest wehikułem ideologii i że spełnia rolę indoktrynacyjną i edukacyjną. Dzięki tekstom amerykańskiej kultury popularnej wiedzieliśmy jak ten inny, nowy dla nas świat wygląda i dlatego łatwiej nam było przyjąć nowe role społeczne, styl życia, nowe wartości. Ten fikcyjny świat, który oglądaliśmy w amerykańskich filmach czy serialach wyznaczał też nasze aspiracje, napędzał nasze pragnienia, cele do których dążyliśmy.

A jak z mitem Ameryki jest teraz, gdy bardzo słyszalne są głosy przeciwników polityki, kultury, obyczajowości amerykańskiej?

Fala anty-amerykanizmu, która przewaliła się przez świat była skumulowanym efektem kontrowersyjnego ataku na Irak w 2003 roku, prezydentury Georga W. Busha, a potem kryzysu 2008 roku. Sprawiała ona, że bardziej krytycznie zaczęliśmy patrzeć na Amerykę. Jej mit stracił swój dotychczasowy magnetyzm. Po akcesji Polski do Unii Europejskiej zaczęliśmy w Europie szukać spełnienia naszych marzeń o dobrobycie i, co być może najważniejsze, poczuliśmy się częścią Europy, jej kulturowego rdzenia. A Europa z Ameryką tworzyła i tworzy nadal swoistą opozycję binarną. Utożsamiając się z Europą oraz jej kulturą i wartościami bardziej krytycznie spojrzeliśmy na wartości, kulturę i styl życia Amerykanów. Nie znaczy to wcale, że Ameryka przestał być atrakcyjna. Może bardziej spowszechniała. Mit Ameryki, rozumiany jako pewien system semiologiczny, deformujący, przynajmniej w niektórych obszarach, rzeczywistość, obnażył swój sztuczny charakter. Ale muszą też powiedzieć, obserwując życie polityczne i pojawiającą się w tym obszarze wiarę w potencjał sprawczy Ameryki, że nie mam wątpliwości, iż moc amerykańskiego mitu jest wciąż silna. Wierzymy w *superpower*, omnipotentne Stany Zjednoczone, które od ponad 70 lat nie wygrały żadnej wojny, choć uwikłały się w kilka. Czy to nie magiczne działanie naszych wyobrażeń?



Prezydent George Bush podczas wizyty w Iraku.

Czym więc jest teraz Ameryka w naszej wyobraźni? Może spróbujemy znaleźć odpowiedź, skupiając się na kinie. Czy porównanie *Gwiezdných Wojen*, *House of Cards*, *Big Bang Theory*, *Przyjaciół* oraz innych filmów i seriali stwarza szansę na wyciągnięcie jakichś fundamentalnych wniosków?

Pewne stałe, niezmiennie elementy tych wyobrażeń krążą wokół bogactwa, krajobrazowo- geograficznego piękna Stanów, także nowoczesności. Ale bez wątplenia w wielu tych tekstach pojawia się już inny obraz Ameryki, obraz i przesłanie nie tak spójne oraz jasne i w moim pojęciu nie bardzo sprzyjające tworzeniu mitów. To Ameryka bardziej złożona i skomplikowana, Ameryka niejednoznacznych bohaterów, ponurych sekretów, relatywizmu moralnego. To nie jest już Ameryka moralnej pewności, w której bohaterowie grani przez Clinta Eastwooda czy Gary'ego Coopera wymierzają sprawiedliwość i zaprowadzą porządek. W efekcie i nasze wyobrażenia na temat Ameryki stają się mniej jednoznaczne, mniej ideologicznie nośne i w efekcie mniej sprawcze.

Ciekaw jestem jak bardzo inaczej, a może podobnie do tego jak my postrzegamy współczesnych Amerykanów, oni postrzegają Polskę i Polaków? Czy intrygujące nie były by badania, prowadzące do odpowiedzi na pytanie: jaka jest Polska wyobrażona w oczach Amerykanów, o ile w ogóle jest i była?

Dla sporej części, szczególnie katolickich Latynosów, Polska miałaby twarz Jana Pawła II. Kolejnej sporej grupie trzeba by wyjaśniać, że nie chodzi o Holand tylko o Poland i w konsekwencji nie należałoby się spodziewać jakichkolwiek wyobrażeń na temat tego, o czym ludzie nawet nie wiedzą, że istnieje. Ci którzy mają polskie korzenie lub jakieś związki z Polską mogliby pewnie podzielić się ciekawymi przemyśleniami, ale takich jest proporcjonalnie niewielu. Czy jednak trzeba się dziwić temu niesymetrycznemu rozkładowi wyobrażeń społecznych Polaków o Ameryce i Amerykanów o Polsce. Ty masz jakieś wyobrażenia o Angoli? Nie takie znowu małe państwo w Afryce.



Angola na mapie Afryki.

Ilustracja: Wikimedia Commons, CC BY SA

=====

Dr Jolanta Szymkowska-Bartyzel – absolwentka filmoznawstwa na Uniwersytecie Jagiellońskim. W Instytucie Amerykanistyki i Studiów Polonijnych przygotowała rozprawę doktorską poświęconą amerykańskim mitom i motywom kulturowym oraz ich wykorzystaniu w telewizyjnych tekstach reklamowych.

Tematowi wpływy amerykańskiej kultury popularnej w Polsce poświęciła liczne artykuły oraz wykłady gościnne i zajęcia zrealizowane na uniwersytetach w Växjö, Pradze oraz w Kownie.

Współorganizatorka przedsięwzięć promujących kulturę amerykańską: wystawy *American Dream* w Muzeum Narodowym w Krakowie (2009), wystawy fotograficzne z wypraw naukowych do USA – 2010 i 2012.

Patrz: www.iais.p.uj.edu.pl/katedra-amerykanistyki/pracownicy/szymkowska-bartyzel

rozmawiał **Piotr Żabicki** – redaktor strony naukowej UJ: www.nauka.uj.edu.pl