

Original research paper

Received: 5.07.2016

Accepted: 15.12.2016

Elżbieta Kal

Akademia Pomorska

Słupsk

elzbietaikal@wp.pl

**SOCREALIZM SKONSUMOWANY. WYKORZYSTANIE Dyskursu
SOCREALIZMU W POP-ARCIE I WSPÓŁCZESNEJ KULTURZE
POPULARNEJ***

Słowa kluczowe: *socrealizm, pop-art, kultura popularna, realizm kapitalistyczny, konsumpcja kulturowa, manipulacja znakami, reklama*

W analizie społeczeństwa konsumpcyjnego Jean Baudrillard określił konsumpcję jako „praktykę manipulowania znakami”¹. Z dyskursem socrealizmu, odgrzewanego z mniejszą lub większą świadomością smaku – w dosłownym i metaforycznym znaczeniu – spotykamy się nieustannie: na stronach internetowych, w reklamie, muzyce rozrywkowej, lokalach gastronomicznych. Rzecz wydaje się błaha, ale wszak dotyczy historii, niezwykle ważnego, choć krótkiego okresu – wymazywanego z pamięci jako dotkliwe doświadczenie – który mimo wszystko zaważył na losach sztuki. Socrealizm właśnie ze względu na swoją artystyczną słabość, „mały realizm” i czytelność obrazów, optymizm i patos oraz sloganowy dyskurs stał się swoistym instrumentarium, magazynem językowych i ikonograficznych szablonów, gotowych do użycia w rozmaitych kontekstach.

Przypomnijmy, że realizm socjalistyczny, nazywany „metodą twórczą”, obowiązywał w sztuce polskiej w latach 1950-1955², a jego odgórne zadekretowanie po-

* Szkic niniejszy jest bardzo skróconą, skondensowaną wersją cyklu wykładów wygłoszonych na Akademii Pomorskiej w ramach tzw. oferty ogólnouczelnianej w semestrze zimowym 2015/2016; zawiera także fragmenty – znacznie poszerzone i uzupełnione – wykładu habilitacyjnego wygłoszonego na Uniwersytecie Wrocławskim w marcu 2012 roku.

¹ J. Baudrillard, *Spoleczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa 2006, s. 146.

² Z dość bogatej już literatury socrealizmu w sztuce polskiej należy wymienić przede wszystkim pionierskie opracowania: Krzysztofa Stefańskiego, *Architektura polska w latach 1949-1956*, „Kwartalnik Architektury i Urbanistyki” 1982, t. XXVII, z. 1-2, s. 13-103; Wojciecha Włodarczyka, *Socrealizm. Sztuka polska w latach 1950-1954*, Paryż 1986 (wyd. krajowe: Kraków 1991) i Jerzego Ilkosza, *Malarstwo realizmu socjalistycznego w Polsce*, [w:] *Sztuka polska po 1945 roku*, red. T. Hrankowska, Warszawa 1987, s. 189-211, a także Waldemara Baraniewskiego, *Ideo-*

przedziła w okresie tuż powojennym wielka dyskusja o realizmie, a właściwie kampania mająca na celu wykazanie, że sztuka polska oraz jej instytucje, edukacja i organizacja nie są przygotowane do nowych jakoby funkcji w nowym ustroju³. Elementami metody i zarazem cechami dzieła socrealistycznego miały być: partyjność, typowość, szczególnie rozumiana ludowość⁴, nadrzędność treści nad formą, obecność pozytywnego bohatera, tzw. rewolucyjna romantyka⁵, co w rezultacie często oznaczało natrętą perswazyjność, patos, dziewiętnastowieczną anachroniczną formę zestawioną z propagandową treścią, obowiązkowy optymizm, estetyzację i idealizację, unikanie skomplikowanej, trudnej problematyki społecznej czy egzystencjalnej. Niedopuszczalne były wszelkie formalne eksperymenty, ale niewskazana była także żywsza kolorystyka, fakturowa czy pointylistyczna technika, ekspresyjna deformacja, tematyczna neutralność (np. martwych natur, pejzaży portretów czy scen rodzajowych), Za cechy negatywne uznawano: schematyzm, formalizm, w tym naturalizm (sic!), kosmopolityzm etc.

W swojej koncepcji dzieła otwartego Umberto Eco tłumaczył wymianę znaków przejętą z teorii Charlesa Peirce'a prawem **nieograniczonej semiozy**, którą opisywał proces nieustannego odsyłania znaków do innych znaków i ich połączeń. „Semioza tłumaczy sama siebie – stwierdzał Eco w eseju poświęconym Peirce'owi – ten niepowstrzymany obieg jest zwykłym warunkiem znaczenia i umożliwia procesom komunikacji korzystanie ze znaków dla oznaczenia rzeczy i stanów rzeczywistości”⁶. Zdaniem włoskiego badacza perspektywa semiotyczna nie pomija rze-

logia w architekturze Warszawy okresu realizmu socjalistycznego, „Rocznik Historii Sztuki” 1996, t. XXII, s. 231-259; z nowszej literatury np.: M. Leśniakowska, *Architektura w Warszawie. Lata 1945-1965*, Warszawa 2003; J. Zieliński, *Realizm socjalistyczny w Warszawie. Urbanistyka i architektura. (1949-1956)*, Warszawa 2009; E. Kal, *Malarstwo gdańskie 1945-1959. Ludzie, słowa i obrazy*, Słupsk 2009; J. Studzińska, *Socrealizm w malarstwie polskim*, Warszawa 2014; o rzeźbie socrealistycznej: E. Kal, *Między pomnikiem a gadżetem. Z problemów rzeźby okresu realizmu socjalistycznego*, [w:] *Rzeźba w Polsce (1945-2008)*, red. K. Chrudzimska-Uhera, B. Gutowski, „Rzeźba Polska”, t. XIII, Orońsko 2008, s. 55-60; źródłowy charakter dla historii architektury ma praca Adama Kotarbińskiego, *Na drodze ku realizmowi socjalistycznemu w architekturze*, Warszawa 1952.

³ Zob. E. Kal, *Manewry przed walką. Krytyka w latach 1945-1949*, [w:] eadem, „*Tego się nie krytykuje, na kogo się nie liczy*”. *Polska krytyka artystyczna okresu realizmu socjalistycznego*, Słupsk 2010, s. 20-72.

⁴ Pojęciu ludowości, utożsamionemu z rosyjskim *narodnost'*, w socrealizmie nadano znaczenie inne niż rozumiany tradycyjnie folklor, kultura wsi, twórczość naiwna, nieprofesjonalna itp. Bohaterem i odbiorcą dzieł socrealizmu, w tym architektury, miał być „lud pracujący miast i wsi”; o przemianach pojęcia: W. Tomasiak, *Ludowość*, [w:] *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasiak, Kraków 2004, s. 130-135; zob. E. Kal, *Aby „Lud wszedł do śródmieścia”*. *Ludowość i inne paradoksy realizmu socjalistycznego w architekturze*, [w:] *Pod dyktando ideologii. Studia z dziejów architektury i urbanistyki w Polsce Ludowej*, red. P. Knap, Szczecin 2013, s. 25-39; K. Śliwińska, *Ludowość*, [w:] eadem, *Socrealizm w PRL i NRD*, Poznań 2006, s. 56-68.

⁵ Zob. E. Możejko, *Realizm socjalistyczny jako metoda twórcza i jej komponenty*, [w:] Idem, *Realizm socjalistyczny. Teoria. Rozwój. Upadek*. Kraków 2001, s. 65-119.

⁶ U. Eco *Peirce and the Semiotic Foundation of Openes*, [w:] *Lector in Fabula la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano 1979, cyt. za: P. Bondanella, *Umberto Eco. Semiotyka, literatura, kultura masowa*, tłum. M.P. Markowski, Kraków 1997, s. 83. W polskiej wersji książki tego fragmentu nie zamieszczono, por. U. Eco, *Lector in fabula. Współdziałanie w interpretacji utworów narracyjnych*, tłum. P. Salwa, Warszawa 1994.

czywistości historycznej i społecznej, gdyż znaki i kody uzależnione są od epoki i społeczeństwa, w których powstają. Praktykę kultury masowej Eco nazwał jednak „partyzantką semiologiczną”⁷, a Peter Bondanella w jego biografii tak wyjaśnia tę ideę: „Trzeba rozszyfrować przekazy kultury masowej, by odsłaniać ich ukryte ideologiczne przesłania i bronić mass mediów przed przekształceniem ich w narzędzie biernej kontroli”⁸.

Idąc jakby tym śladem, Małgorzata Lisowska-Magdziarz „rozszyfrowała” na trzech przykładach wykorzystanie socrealistycznego kodu we współczesnej popkulturze, nazywając je: rekonstrukcją, modyfikacją i dekonstrukcją kodu⁹. O ile można się zgodzić z tą główną klasyfikacją, trudno przystać na określenie ich funkcji i sposobów działania jako odpowiednio: utylizacji (w reklamie), odskoczni (w muzyce młodzieżowej) i panoptikum, czyli muzeum osobliwości. Wszak każdy z nich łączy element reklamy i rozrywki, której przybytkami są miejsca quasi-egzotyczne, najczęściej sztucznie wykreowane, jak parki dinozaurów, indiańskie czy mongolskie wioski itp. Każdy z nich jest formą **konsumpcji** socrealizmu. Trudno się zgodzić także z postrzeganiem zjawiska w kategoriach aksjologicznej neutralności, tym bardziej, że już w drugiej części tytułu wspomnianego tekstu pojawia się słowo „fascynacja”¹⁰.

Baudrillard, zaprzeczając bezstronności wszelkich kombinacji znakami, stwierdził, że:

„Za „konsumpcją obrazów” kryje się imperializm pewnego systemu lektury [...]. Oto substancja rozczłonkowanego, precedzonego, zreinterpretowanego przez zarazem technologiczny i „legendarny” kod świata, który konsumujemy. Oto tworzywo świata, cała jego kultura przemysłowo przetworzona i przekształcona w skończone produkty, surowiec znaków, z której ulatnia się wszelka wydarzeniowa, kulturowa czy polityczna wartość”¹¹.

Między katastroficzną wizją Baudrillarda a wynikającym z przystosowania semiotycznym stanowiskiem U. Eco – by użyć jego własnych określeń¹² – pojawiają się pytania związane z pamięcią i historią. Wszak manipulacja dyskursem socrealizmu jest operacją na historii. Posługując się historiograficzną koncepcją Paula Ricoeura dotyczącą zdarzenia, jego reprezentacji i interpretacji/rozumienia¹³, można za-

⁷ Określenie *Guerillia semiologica* pojawia się już w *Nieobecnej strukturze* (U. Eco, 1967), w polskim przekładzie tłumaczone jako „wojna podjazdowa”, U. Eco, *Nieobecna struktura*, tłum. A. Weinsberg, P. Bravo, Warszawa 1996, s. 407.

⁸ P. Bondanella, op. cit., s. 55. Autor wyjaśnia tu założenia Eco w *Katastrofistach i przystosowanych* [brzmienie tytułu w tłumaczeniu M.P. Markowskiego]

⁹ M. Lisowska-Magdziarz, *Socrealizm bez wartościowania. Fascynacja socrealizmem w tekstach kultury popularnej w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Socrealizm. Fabuły – komunikaty – ikony*, red. K. Stępnik, M. Piechota, Lublin 2006, s. 428-441. Por. też: M. Wroński, *Come back PeeReLu. O antynomiach reklamy „peerełowskiej”*, „Aida Media” 1998, nr 10, <http://dreamland.net.pl/roza/katalog.php#wronski-prl> [dostęp: 11.06.2016].

¹⁰ Autorka w zakończeniu artykułu pyta retorycznie o fakt pojawienia się jeszcze jednej postaci zainteresowania socrealizmem, tj. nostalgii. M. Lisowska-Magdziarz, op. cit., s. 441.

¹¹ Ibidem, s. 161.

¹² U. Eco, *Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa a teorie kultury masowej*, tłum. P. Salwa, Warszawa 2010.

¹³ P. Ricoeur, *Pamięć, historia, zapomnienie*, tłum. J. Margański, Kraków 2007.

tem zapytać: jaką wizję socrealizmu jako zdarzenia w sztuce – jak wiadomo, wtórnego i narzuconego przez władzę polityczną – można odczytać z przekazów kultury masowej, która także buduje pamięć zbiorową? Jest to zarazem pytanie o status, tożsamość i idiom socrealizmu.

Z perspektywy założeń „metody” konsumpcję socrealizmu przez kulturę masową (co zarazem określa warunek demokracji, wolnego rynku itp.) można uznać za jego ostateczną klęskę, a zarazem spełnienie. Klęskę, ponieważ komercjalizacja, wolny rynek, sprzedaż dóbr artystycznych i kultura masowa były jakościami (oficjalnie) odrzucanymi przez doktrynę. W związku z tym pogardzano reklamą, konsumpcjonizmem, tanią rozrywką, błahą zabawą, brakiem powagi, humorem itp. W 1953 roku Stefan Morawski, demaskując – jak zapewniał – prawdziwe oblicze kultury amerykańskiej, wydzielał z niej twórczość elitarną, którą nazywał sztuką magów, oraz popularną produkcję ekwilibrystów. Pierwszą oskarżał o kosmopolityzm i „barbarzyńskie nowatorstwo”, patologię i beznadziejność; obrazy Jacksona Pollocka nazywał „arcydzielami” przypominającymi kartkę pochłapaną atramentem. Popkulturę symbolizowaną przez Hollywood badacz uznawał za opium dla mas, produkowane dla uśmierzenia poczucia krzywdy społecznej, działające naturalistycznym kiczem lub sentymentalnym banałem, deprawującym etycznie i estetycznie, w dodatku odrzucającym problematykę społecznej nierówności, nędzy, bezrobocia itp. jako nieestetyczną. Nie trzeba dodawać w tym miejscu, że metoda socrealistyczna przynosiła podobne efekty do krytykowanej przez Morawskiego. Wbrew jednak temu jej ówczesny rzecznik stwierdzał:

Sztukę humanistyczną, prawdziwie wolną, prawdziwie ludową mogą stworzyć jedynie artyści postępowi. Rozwijać się może ona w pełni jedynie w warunkach socjalistycznych, w których znika chorobliwy rozłam na sztukę elitarną i tzw. sztukę dla mas. Oba rodzaje sztuki tracą w ustroju socjalistycznym prawo do istnienia¹⁴.

Paradoksalnie, po latach, socrealizm stał się zatem jednym z elementów demokratycznej, ogólnie dostępnej kultury. Zarazem więc trafił do mas, co można by uznać za pyrrusowe zwycięstwo, gdyż jest to socrealizm rozmontowany, rozbrojony, podzielony na elementy i pozbawiony tożsamości jako gotowa (choć niespójna) oferta artystycznej strategii.

Analizując pierwszy problem, posłużmy się najpierw przykładem uznanym przez wspomnianą badaczkę za egzemplifikację rekonstrukcji kodu. „Oto jak Ginsana pomnaża siły inteligencji pracującej miast i wsi, która w codziennym trudzie buduje Polskę kapitalistyczną. Przodownicy! [...] To Ginsana podnosi naszą wydajność każdego dnia”¹⁵. Tym komentarzem, wypowiedzianym głosem rodem z Kroniki Filmowej okresu PRL i skierowanym do „przodowników”, reklamowano w 1998 roku w Polsce środek parafarmaceutyczny. Film ukazywał grupę atrakcyjnych kobiet

¹⁴ S. Morawski, *Dwa oblicza kultury burżuazyjnej w U.S.A.*, „Przegląd Artystyczny” 1953, nr 3, s. 75. Podobne zdanie na temat *action painting*, Pollocka i innych wyrażała Janina Kowadłowska, dając za przykład sztuki humanistycznej twórczość Philipa Reimana, *nota bene* artysty polskiego pochodzenia. J. Kowadłowska, *Uwagi o współczesnym malarstwie amerykańskim*, „Przegląd Kulturalny” 1952, nr 17-18, s. 5.

¹⁵ www.youtube.com/watch?v=PQvg1i4_924 [dostęp: 23.06.2016].

i mężczyzn, ubranych według elitarniej mody z lat 90., którzy w rytm marszowej muzyki koszą siano, zwożą zbiór traktorami, zaś w przerwie słuchają wykładu na temat dobrodziejstw produktu. Zgodnie z marketingową zasadą globalizacji wybrano dla rodzimego klienta wersję reklamy, która miała się kojarzyć z tradycją, lokalnością, a zarazem kapitalistyczną zmianą. Dodajmy, że film kończy scena niosąca asocjacje erotyczne (para ukrywająca się w zbożu, gdy komentarz głosi „Ginsana! **Znacznie ponad normę!** Także po pracy”). Jak wiadomo, socrealistyczna moralność zakazywała erotyki w ikonografii, a znane obrazy Wojciecha Fangora *Postaci* i Aleksandra Stefanowskiego *Na rusztowaniu* ukazują pary związane bardziej ideą i pracą niż miłością (il. 1, 2).

Socrealistyczne slogany, pejzaż i sprzęt PGR-ów, znane z plakatów m.in. Witolda Chmielewskiego, Wiktora Górki i Włodzimierza Zakrzewskiego, z malarstwa Heleny i Juliusza Krajewskich, Włodzimierza Wilkanowicza czy nawet awangardzistów – np. Henryka Stażewskiego – stały się nośnikami swojskości i polskości (il. 3). A przecież, jak wiadomo, polski socrealizm był jedną z mutacji nurtu zadekretowanego w 1934 roku w Związku Socjalistycznych Republik Radzieckich (ZSRR), po wojnie wprowadzonego w innych krajach tzw. bloku sowieckiego, a teza o wzorcowej roli sztuki radzieckiej była jednym z paradygmatów „metody”.

Do sztuki jakoby rodzimej odwołuje się polska wersja kanadyjskiej gry planszowej pt. *Master Builder* autorstwa Wolfganga Kramera i Hartmuta Witta¹⁶, wydana przez Egmont Polska, wydawnictwo znane przede wszystkim z komiksów. Nośny tytuł obrazu Aleksandra Kobzdeja z 1950 roku (il. 4) uznano zapewne za bliższy polskiemu odbiorcy niż wprost tłumaczona nazwa oryginału, choć komiksowy styl rysunków Macieja Szymanowicza nie ma nic wspólnego z poetyką socrealizmu¹⁷ (il. 5a, b). Dodajmy, że pierwszy komiks dla młodzieży, a więc z gatunku uważanego w okresie stalinizmu za wykwit bezwartościowej, burżuazyjnej kultury konsumpcyjnej, w PRL mógł ukazać się dopiero w czasie tzw. odwilży, wycofania się władzy z ostrego kursu polityki i chwilowej demokratyzacji, oczywiście w ramach systemu. Jej drobnym przejawem i zarazem edytorską „nowością” była, oczywiście niepozbawiona elementów dydaktycznych właściwych moralności socjalistycznej, opowieść Bogdana Brzezińskiego pt. *Niezwykłe przygody Michasia Pogody* z ilustracjami znanego grafika Jerzego Karolaka, wydawana w zeszytach przez Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne RSW Prasa od 1957 roku¹⁸.

Hasłowo tytuł obrazu Kobzdeja, na zasadzie gry słownej, w oderwaniu od ikonicznej postawy, często wykorzystuje się w języku reklamy, ofert handlowych, w tytułach artykułów prasowych, na stronach poświęconych budownictwu, programów

¹⁶ boardgamegeek.com/boardgame/37738/master-builder [dostęp: 23.06.2016]. Niemiecką wersję gry, zatytułowaną *Baumeister* ilustrował Matthias Catrein.

¹⁷ www.krainaplanszowek.pl/nasze-gry/produkt,29,podaj-cegle.html#opis [dostęp: 23.06.2016]. Komentarz do gry i zdjęcia elementów w wersji oryginalnej: *Master Builder, czyli lepiej miasto pobudować, niż Kramera skrytykować*, www.gamesfanatic.pl/2009/01/28/master-builder-czyli-lepiej-miasto-pobudowac-niz-kramera-skrytykowac/ [dostęp: 24.06.2016].

¹⁸ Zob. E. Kal, *Od „Planu sześcioletniego” do Elementarza*, [w:] *Nie tylko o pocztówkach. Szkice dedykowane Profesorowi Pawłowi Banasiowi*, red. S. Bednarek, J. Jackowski, Warszawa-Wrocław 2011, s. 184-189.

telewizyjnych itp.¹⁹, ale miał też i inną misję. „Podaj cegłę” było lejtmotywem *Pieśni o cegle* wykonanej przez Izabelę Trojanowską na Festiwalu Piosenki w Opolu w 1981 roku²⁰. Wówczas, w atmosferze „karnawału Solidarności”, przekorne, ironiczne nawiązanie do socrealizmu było symptomem wolności i nadziei na sanację systemu, którego najgorszą wersją był właśnie stalinizm, za parawanem obietnic świetlanej przyszłości ukrywający terror i zniewolenie, a oczekiwaną jego formą miał być „socjalizm z ludzką twarzą”. Wokalistka, ubrana w sposób prowokacyjnie nawiązujący do strojów partyjnych i młodzieżowych aktywistów, w czarną, ale obcisłą, spódnicę i białą, ale ozdobną, bluzkę z wielkim czerwonym krawatem oraz buty na wysokich obcasach, śpiewała w ostrym rockowym rytmie tekst jakby wprost z pieśni masowych lat 50. Towarzyszyli jej gitarzyści w równie nieortodoksyjnych uniformach oraz niemal nagi asystent osłaniający cegłą skąpe majtki. Wiadomo, że w zmaskulinizowanym świecie przodowników pracy podkreślanie kobiecości było naganne (choć się zdarzało)²¹, a nagość w sztuce zakazana, dopuszczalna jedynie w postaci połowicznej – półaktów męskich, np. hutników przy piecu. Według wskazanej klasyfikacji *Pieśń o cegle* byłaby więc przykładem modyfikacji kodu socrealizmu, potraktowanego jako odskocznia, ale – jak wskazaliśmy – odwołuje się także do innych powiązanych ze sobą funkcji, jak dostarczanie rozrywki i specyficznej, swojskiej egzotyki.

W reklamie różnych typów, nie tylko komercyjnej, w rozrywce, a także polityce często mają zastosowanie i inne frazy z języka soc-budownictwa, jak „przodownik pracy”, „trójka murarska”, „trzysta [lub więcej] procent normy” itp., które propagowano na niezliczonych plakatach, obrazach, fotografiach propagandowych albumów²², wiążąc je najczęściej z etosem ówczesnych sztandarowych inwestycji: Marszałkowskiej Dzielnicy Mieszkaniowej w Warszawie, czy Nowej Huty (il. 6a, b; 7). Kosmetyk firmy Dr Scheller reklamowano następująco niegdyś: „Przodownik pracy na nocnej zmianie [...]. Co ma dobry krem na noc? [...] Ma ciężko i uczciwie pracować, kiedy Ty smacznie śpisz”²³. Firma zmieniła slogan reklamowy, ale w i innych dziedzinach pojawiają się kolejne warianty zastosowania toposu wzorowego pracownika. Na przykład w prasowym artykule dla podkreślenia wysiłku młodego muzyka nazwano go „przodownikiem pracy elektronicznej”²⁴.

¹⁹ *Podaj cegłę* to tytuł programu-magazynu mieszkaniowego na antenie TV Łódź od 2000 roku, a także nazwa internetowego programu budowlanego (podajcegle.com.pl).

²⁰ I. Trojanowska, *Pieśń o cegle*, 1981, tekst J. Krzaklewski, A. Mogielnicki, muzyka A. Mrozek, www.tekstowo.pl/piosenka,izabela_trojanowska,pies_o_cegle.html [dostęp: 24.06.2016].

²¹ Na przykład w rzeźbie, czego wczesnym przykładem jest grupa *Praczek w parku* w Białymstoku, autorstwa Stanisława Horno-Popławskiego, późnym, wskazującym już na modyfikację doktryny, jego *Żniwiarka*, obie prace były nagrodzone na IV Ogólnopolskiej Wystawie Plastyki, ostatniej z wielkich sprawdzianów z realizacji „metody”. Na temat *Praczek* jako jednej z egzemplifikacji problemu kobiecości i instrumentalizacji płci w socrealizmie zob. E. Toniak, *Olbryzki. Kobiety i socrealizm*, Kraków 2008, s. 96 nn.; na temat drugiej np. E. Kal, *Między pomnikiem...*, s. 57 (il.), 58.

²² Na przykład przypisany ówczesnemu prezydentowi album: B. Bierut, *Sześćoletni plan odbudowy Warszawy*, Warszawa 1950; znakomite fotografie publikacji z pewnością posłużyły za wzory dla niektórych obrazów.

²³ beautyteller.pl/2011/08/21/przodownik-pracy-na-nocnej-zmianie/ [witryna już nieosiągalna].

²⁴ J. Sobczyński, *Przodownik pracy... elektronicznej*, „Głos Wielkopolski” 19.05.2011.

Skrót MDM, nazwy Marszałkowskiej Dzielnicy Mieszkaniowej, która według słów Edmunda Goldzamt miała stanowić „zespół pałaców mieszkaniowych dla ludzi pracy”, albo kolejne po Mariensztacie – jak określił jeden z jej twórców – „zwycięskie wtargnięcie robotniczego budownictwa mieszkaniowego do śródmieścia Stolicy”²⁵ (il. 8), wykorzystano między innymi w nazwie emitowanej głównie w latach 90. (XX wieku) audycji telewizyjnej pt. „Mann do Materny, Materna do Manna”, w nazwach, np. wcale niestołecznych firm, niewarszawskiego zespołu hiphopowego²⁶. Znowu można stwierdzić za Baudillardem lub Zygmuntem Baumanem²⁷, że znaczenia oderwane od kontekstu dryfują w wirtualnej przestrzeni, gotowe przylgnąć do dowolnego znaczonego (signifié), trochę jak w obrazach René Magritte’a²⁸. „To nie jest MDM” – chciałoby się powiedzieć na widok znaku firmy komputerowej czy odzieżowej (il. 9). Emblematy i język komunizmu zostały włączone do rytuału utożsamianej z wolnością konsumpcji, same zarazem jej ulegając. Bardziej z pierwotną nazwą i „instytucją” kojarzy się miano rządowego/państwowego Mieszkania dla Młodych, programu pomocy finansowej dla młodych obywateli w nabyciu pierwszego lokum²⁹, choć oczywiście przekorna zmiana znaczenia uwarunkowana jest innym kontekstem politycznym i – paradoksalnie – bardziej demokratycznym charakterem przedsięwzięcia w gospodarce kapitalistycznej.

Manipulacja znakami, konsumpcja socrealizmu odbywa się także w przestrzeni rzeczywistej, modnych pubów, tzw. klubokawiarni, pizzerii i barów o nazwach „z epoki”. Tak zresztą jak w wirtualnej rzeczywistości, zatarcie granicy między stalinizmem a PRL-em, włączenie ich w jeden nostalgiczno-ironiczny, swojsko-egzotyczny dyskurs rozmywa grozę i w rezultacie działa na rzecz socrealizmu, zapomnienia okresu politycznego i kulturowego terroru. Utożsamianie socrealizmu z okresem PRL (Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej)³⁰ nie jest zresztą przypadłością tylko branży rozrywkowej, często zdarza się w dziennikarstwie, także tym ambicjonalnym, a nawet w wypowiedziach naukowców, nie mówiąc już o dyskursie popularnym. A jednak na wiarygodność i autentyczność muzeum, czyli – podkreślmy – miejsc pamięci, powołują się oferty i reklamy niektórych rozrywkowo-gastronomicznych przybytków, np. na-

²⁵ *Dyskusja architektów o Placu Konstytucji*, „Architektura” 1953, nr 1, s. 16; Z. Stępiński, *Od Mariensztatu do MDM*, „Przegląd Kulturalny” 1953, nr 14, s. 6; na temat warszawskiej MDM m.in.: W. Włodarczyk, *Socrealizm...*, s. 94-109; J. Zieliński, op. cit., s. 74-98; E. Kal, *Aby „Lud wszedł...”, s. 29-32.*

²⁶ MDM to nazwa bytomskiego zespołu hiphopowego rekomendującego się hasłem „MIEJSKA DOBRA MARKA” i skrót tytułu płyty *Muzyka dla Miasta* (2009); MDM, [hasło w:] *Hiphopedia. e-NCYKLOPEDIA POLSKIEGO HIP-HOPU*, www.hiphopedia.info/index.php?site=show_artist&id=866&typ=Z [dostęp: 25.06.2016]; zob. także: www.forumbeziemienni.pun.pl/mdm-historia-utwory-122.htm [dostęp: 25.06.2016].

²⁷ Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000, s. 170, 171, 194 nn.

²⁸ Analiza relacji słów i obrazów w pracach Magritte’a por. M. Foucault, *To nie jest fajka*, Gdańsk 1996 [wyd. oryg. *Ceci n’est pas la pipe*, Paris 1973].

²⁹ mieszkaniedlamlodych.com/ [dostęp: 26.06.2016].

³⁰ Dla formalności przypomnijmy, że nazwa Polska Rzeczpospolita Ludowa (PRL) została wprowadzona na mocy Konstytucji 1952 roku, zastępując poprzednią nazwę państwa Rzeczpospolita Polska (RP); lata od 1949/50 do 1954/55 czyli okres socrealizmu (zapis uwzględniający różne poglądy na temat datowania) obejmuje więc końcówkę istnienia RP (zwanej też Polską Ludową) i tylko pierwsze lata tzw. PRL-u.

zwanego kultowym, lokalu „Propaganda” na Kazimierzu w Krakowie („muzeum komunizmu z naciskiem na realistyczną sztukę”³¹, albo „sorealizm w pełnym rozkwicie”³²), czy poznańskiej klubokawiarni „Proletaryat”. Wśród eksponatów w jej kolekcji znajdują się np. prymitywna reklama piwa, fotografia Edwarda Gierka w uścisku z Leonidem Breżniewem (sic!) oraz pismo gratulacyjne z 1952 roku dla pracownika Zakładów Mechanicznych Ursus za wyniki we współzawodnictwie pracy³³. Odwiedzających stronę internetową witają dźwięki dziewiętnastowiecznej *Międzynarodówki*³⁴ oraz klipy z soc-plakatów, lecz z nie zawsze odpowiednimi napisami³⁵, a wśród linków do innych stron – jak można by przypuszczać o pokrewnej „historycznej” tematyce – znajdziemy adres Instytutu Pamięci Narodowej oraz tygodnika „Nie” Jerzego Urbana, jak wiadomo, w latach stanu wojennego rzecznika rządu Wojciecha Jaruzelskiego i głównego specjalisty ówczesnej propagandy, a po zmianie ustrojowej skandalisty i opozycjonisty kolejnych rządów.

Wśród komercyjnych przybytków odwołujących się do pamięci o poprzednim systemie liczne są lokale gastronomiczne o nazwie „PRL”, np.: bar mleczny w Kościerzynie, kawiarnia na wrocławskim Rynku, klubokawiarnia w Gliwicach, pizzeria (sic!) w Gdańsku-Wrzeszczu³⁶. Wystrój wnętrz i oprawę graficzną stanowi zwykle melanz gadżetów i – pełniących taką samą lub reklamową funkcję – podobizn wodzów i rozmaitych przeróbek propagandowych plakatów radzieckich i polskich z różnych lat. Najczęściej „konsumowane” – w stanie naturalnym lub po obróbce – są oczywiście obrazy skierowane do widza, jak plakat Dymitra Moora (Orłowa) z 1920 roku wzywający do szeregów Armii Czerwonej, z gestem wycelowanego wprost palca (il. 10) i Iraklija Toidze *Родина – мать зобем!* [*Rodina – mat’ zowiet! Ojczyzna – matka wzywa!*] z 1941 roku³⁷.

Z produkcji polskiej popularne są Lucjana Jagodzińskiego *Coś Ty zrobił dla realizacji planu* (1953), nawiązujący wyraźnie do wymienionego Dobrowolca Moora (zob. il. 15), monumentalny plakat Wojciecha Fangora i Jerzego Tchórzewskiego *Pozdrawiamy kobiety...* (1953, il. 11), *Strzeż tajemnicy państwowej* Fangora (1951), wzorowany na radzieckim plakacie Niny Watoliny i Mikołaja Denisowa z czasów

³¹ www.krakowlife.pl/12-Propaganda-Pub [dostęp: 26.06.2016].

³² www.e-krakow.com/lokal/60-Propaganda [dostęp: 26.06.2016].

³³ www.proletaryat.pl [dostęp: 27.06.2016].

³⁴ Międzynarodowy hymn proletariacki wszedł rzeczywiście do repertuaru PZPR i innych partii komunistycznych, ale został skomponowany w 1887 r. przez P. [Pierre] Degeytera do słów franc. E. [Eugène] Pottiera; *Międzynarodówka*, [hasło w:] *Nowa encyklopedia powszechna PWN*, red. B. Petrozolin-Skowrońska, Warszawa 1996, t. 4, s. 208.

³⁵ Na przykład przedstawieniu z plakatu Wojciecha Fangora *Strzeż tajemnicy państwowej* (1951) towarzyszy tekst „Naprzód! Do walki o Plan 6-letni”, pochodzący z plakatu Włodzimierza Zakrzewskiego (1949), a postać z plakatu Lucjana Jagodzińskiego *Coś Ty zrobił dla realizacji planu* (1953) zmontowano z napisem: „Coś TY zrobił dla odbudowy”, www.proletaryat.pl [dostęp: 27.06.2016].

³⁶ Bar mleczny PRL, Kościerzyna, barprl.pl/; restauracja PRL, Wrocław, www.prl.wroc.pl/; klubokawiarnia PRL, Gliwice, hotparty.pl/prl-klubokawiarnia-zamkniety-gliwice-lokal-997.html; pizzeria PRL, Gdańsk www.prl.gda.pl/index.php?page=galeria; pub Społem w Krakowie, www.pubspolem.pl/ [dostęp: 27.06.2016].

³⁷ Repr. np. *Kolekcja tematyczna: plakaty Wielkiej Wojny Ojczyźnianej* www.knigi.pl/index.php?p1836,kolekcja-tematyczna-plakaty-wielkiej-wojny-ojczyznianej [dostęp: 28.06.2016].

tw. wojny ojczyźnianej (1941, il. 12, 13), plakaty Tadeusza Trepkowskiego i Witolda Chmielewskiego, zwłaszcza scena z roześmianą traktorzystką (1951, il. 14).

Olsztyńska firma „Elite music”, organizująca m.in. tematyczne imprezy rozrywkowe, oprócz brazylijskiej samby, meksykańskiej fiesty, tradycyjnej biesiady polskiej itp. ma w ofercie „Wieczór PRL. Coś Ty zrobił dla realizacji planu?”³⁸ i dysponuje nawet przenośnymi, graficznymi kopiami plakatów. Socrealistyczna twórczość, sama odbierana jako banalna i zabawna, przetworzona, pokawałkowana i skonsumowana, tworzy wraz z innymi quasi-symbolami przestrzeń rozrywki i zabawy, w tym okazjonalnych celebracji rodzinnych jakoby świąt komunistycznych z 22 lipca, 1 maja itp., wzywa do konsumpcji bezpośredniej i symbolicznej, uczestniczy w szerszym zjawisku karnawalizacji współczesnej kultury³⁹. Z drugiej strony stanowi w ludzkiej przestrzeni enklawę konsumpcji elitarnej, której czynnikami w okresie wczesnego modernizmu były według Wenera Sombarta egzotyka, moda i romantyzm, a antropologia ponowoczesności nazywa tę konsumpcję indywidualną, związaną z wolnością wyboru, odróżniając ten rodzaj od konsumpcji masowej, korelującej z wolnością dostępu⁴⁰. Po raz kolejny wypada odwołać się do określenia Baudrillarda, postrzegającego procesy społeczeństwa konsumpcyjnego w kategoriach recyklingu kulturowego⁴¹.

Socrealizm utożsamiany z PRL firmuje także oferty handlowe wyrobów przemysłowych. Krawaty z napisem „przodownik pracy” to jeden z nostalgicznych gadżetów oferowanych przez internetową firmę o wymownej nazwie Spod Lady: „Czerwony krawat z białym nadrukiem «Przodownik pracy». Do noszenia w biurze i na imprezę w stylu PRL”⁴² – głosi stosowna rekomendacja towaru. Niejako programowo promuje się tu także inne produkty, między innymi kubki i tabliczki z nadrukami „adaptowanymi” – jak głosi komentarz – z soc-plakatów, w tym ze znaną już apostrofą-pyaniem o wkład w realizację planu (sześćoletniego?) (il. 15). O tego typu ikonografii będzie jeszcze mowa poniżej.

Wysyłkowe przedsiębiorstwo SOXO poleca męskie kapcie firmowane nazwą „Przodownik Pracy” z dookreśleniem „200% normy”, choć nie wiadomo, czego ta informacja dotyczy. Opis tego nie wyjaśnia, ale akcentuje rozrywkowy aspekt zakupu:

Jeśli jesteś mężczyzną z poczuciem humoru, te kapcie na pewno rozweselą Cię jeszcze bardziej. Mają zabawny nadruk na wierzchu i napis wewnątrz. Świetnej jakości materiał sprawi, że twoje stopy będą czuły się komfortowo⁴³.

³⁸ „Drodzy Towarzysze i Towarzyszki podczas tego wieczoru będziecie mieli jedyną w swoim rodzaju okazję, aby wykazać się i zdobyć fanty. Konferansjer – nasz przodownik – zachęci Was do ciekawych konkurencji i zabaw związanych z czasami PRL-u, a dysk dżokej stworzy atmosferę najlepszego dansingu w okolicy [...]”, www.elite-music.pl/prl.html [dostęp: 27.06.2016].

³⁹ M. Jeszczerzewska, *Umiejscowiona rozrywka*, [w:] *Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze współczesnej*, red. J. Grad, H. Mamzer, Poznań 2004, s. 61-79.

⁴⁰ T. Yoriko, *Rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i różne koncepcje wolności*, [w:] *W cywilizacji konsumpcyjnej*, red. M. Golka, Poznań 2004, s. 10 nn.

⁴¹ Dodajmy, że Baudrillard rozumie go w mniej dosłowny i oczywisty sposób, jak przymus ciągłej zmiany, doskonalenia, aktualizacji itp., odnoszący się m.in. do rynku pracy, odbioru sztuki. Za sprawą systemu komunikacji „wszelkie znaczenia stały się cykliczne”. J. Baudrillard, op. cit., s. 126.

⁴² www.spodlady.com/prod_18017_Krawat_Przodownik_pracy.html [dostęp: 25.06.2016].

⁴³ soxo.pl/product-pol-16334-Kapcie-meskie-SOXO-PRL-200-Normy-Przodownik-Pracy.html [dostęp: 25.06.2016].

Ów jakoby zabawny nadruk przedstawia wzorowaną na propagandowych plakatach półpostać uśmiechniętego robotnika w fartuchu i kaszkiecie, unoszącego dłoń w geście pozdrowienia. W ofercie firmy są i inne towary o podobnej stylistyce, składające się na „Kolekcję PRL”, np. kaptcie męskie z nadrukiem naśladującym wspomniany plakat Jagodzińskiego, wzbogaconym o hasło „Po pracy załóż” czy Fangora z „Strzeż tajemnicy państwowej”⁴⁴, kaptcie damskie z wizerunkiem traktorzystki i stosownym hasłem „Kobiety na traktory” itd. Mamy więc do czynienia z reklamową **utyliczacją** kodu, ale zawierającą także elementy **rozrywki**, której źródłem jest prząsna, toporna **egzotyka** i kuriozalność.

Można opisane wyżej popkulturowe dyskursy socrealizmu zlekceważyć, a rozrywkowe odwołania do pamięci i historii uznać za niegroźną usurpację, ale zauważmy, że odbywa się ona na marginesach szerszego procesu. Sławomir Kaprański, powołując się np. na Samuela Friedlendära i koncepcję miejsc pamięci Pierre’a Nora (*milieux de mémoire*), nazywa ów proces **mediatyzacją, komercjalizacją i upolitycznieniem** oraz **deterytorializacją** pamięci, która stała się częścią tzw. **przemysłu kulturalnego**. Wynikająca między innymi ze słabości artystycznej podatność socrealizmu na homogenizacyjne procesy, rozrywkowa konsumpcja odwraca jego istotę i status, zacierając fakt, że owe banalność i słabość były skutkiem opresji. Wybór obrazów kojarzących się mgliście z własną historią ma tu wymiar paradoksalnej egzotycznej swojskości, daje poczucie autentyczności i pożądanej prawdziwości, bardziej sugestywnej niż dinozaury czy wyimaginowane potwory. Badacz stwierdza:

Komercjalizacja i upolitycznienie pamięci sprawiają, że przeszłość staje się bytem wirtualnym, czymś, co może się uobecnić w teraźniejszości, pomimo tego, że jest to w dużej mierze przeszłość niczyja, przeszłość, która nie jest składnikiem własnych wspomnień ani też częścią składową tożsamości ludzi, którzy uczestniczą w jej uobecnianiu⁴⁵.

W odwołaniach do symboliki i emblematyki systemu komunistycznego można także widzieć przejaw zjawiska, które Baudrillard uznaje za charakterystyczne dla społeczeństwa konsumpcyjnego: bezpieczeństwo codziennej rzeczywistości musi być potwierdzone przez obrazy (skonsumowane) zagrożenia i przemocy. Wirtualny świat zła stwarza wrażenie, że wolność i bezpieczeństwo codzienności (rozszerzonej na transcendentną i abstrakcyjną sferę polityki, kultury, społeczeństwa i immanentną sferę prywatności) są wartością zdobytą i zagrożoną⁴⁶.

Przypomnijmy, że już wcześniej konsumpcji znaków socrealizmu dokonał pop-art, który przetworzył i wyizolował w samodzielne ikony nie tylko symbole zachodniej propagandy wizualnej, ale pośrednio znaki i emblematykę indoktrynacji komunistycznej. Wbrew bowiem np. zapewnieniom Jana Lenicy⁴⁷ socrealistyczny plakat czerpał z repertuaru zachodniej, kapitalistycznej strategii perswazji, jeśli nie bezpośrednio, to

⁴⁴ soxo.pl/product-pol-16333-Kapcie-meskie-SOXO-PRL-Strzez-tajemnicy-panstwowej.html [dostęp: 25.06.2016].

⁴⁵ S. Kaprański, *Pamięć, przestrzeń, tożsamość. Próba refleksji teoretycznej*, [w:] *Pamięć, przestrzeń, tożsamość*, red. S. Kaprański, Warszawa 2010, s. 20; por. też: P. Nora, *Czas pamięci*, tłum. W. Dłuski, „Res Publica Nowa” 2001, nr 7, s. 41.

⁴⁶ J. Baudrillard, op. cit., s. 21 nn.

⁴⁷ J. Lenica, *Plakat – sztuka dzisiejszych czasów*, „Przegląd Artystyczny” 1952, nr 5, s. 37.

za pośrednictwem polecanych wzorców radzieckich. Przykładem może najbardziej oczywistym zdaje się gest ręki z wycelowanym w widza palcem na wspomnianym plakacie Dymitra Moora, być może zainspirowanym brytyjskimi lub amerykańskimi posterami z czasów I wojny światowej. Znana plansza Alfreda Leete z 1914 roku (il. 16) z wizerunkiem ówczesnego ministra wojny, lorda Horatio Kitchenera, wzywającego do szeregów armii brytyjskiej⁴⁸, rozpoczęła cały szereg naśladownictw i nawiązań, z najbliższym mu chronologicznie i ideowo plakatem Jamesa Montgomeryego Flagga, najpierw – tak jak jego pierwowzór – wydrukowanym w 1916 roku na okładce czasopisma, następnie w wielkoformatowej planszy (1917)⁴⁹. Motyw popularny zarówno we wschodniej (np. plakaty Jagodzińskiego z 1953 r. i W. Zakrzewskiego z 1954) (il. 17), jak i zachodniej propagandzie trafił więc jako taki do sztuki pop-artu i znalazł się np. na płótnach i grafikach Roya Lichtensteina, czasem ironicznie rozbudowany o pistolet jako symbol amerykańskiej rozrywki (np. *Finger pointing/ Palec wskazujący*, 1972; *Pistol/ Pistolet*, 1964, MoMA)⁵⁰, a w grafikach i multiplikacjach Andy'ego Warhola łączył się z popkulturowym kultem idoli, uosabianym np. przez Elvisa Presleya (il. 18). Kolejną mutacją bytu tych ikon jest powrót, wraz z pierwowzorami, do współczesnej kultury masowej i polityki (il. 19).

Podobnie rzecz się ma z podobiznami wodzów z propagandowych politycznych plakatów, przeniesionymi przez Lichtensteina czy Warhola (il. 20, 21) do pop-artu oraz poddawanych formalnej i semantycznej grze na równych prawach, jak wizerunki innych idoli popkultury, emblematy i symbole władzy, wiary, polityki (flagi, gwiazdy, sierpy i młoty) (il. 22, 23) oraz inne znaki ówczesnej rzeczywistości (opakowania, obiekty i urządzenia techniczne, potrawy i napoje, części garderoby, np. *Buty A. Warhola*, czy słynne *Wielkie niebieskie spodnie* Claesa Oldenburga, 1962)⁵¹. Pop-art zdemokratyzował, ponieważ obnażył banalność oraz tandetę jednych i drugich, w popkulturze poddawanych takim samym manipulacjom zacierającym granice między *sacrum* a *profanum*, między kultem a fetysyzmem, twórczością a komercją i konsumpcją.

Gdyby rozpatrywać socrealizm niezależnie od ideologii (co byłoby wszak sprzeczne z założeniami metody), można by powiedzieć, że był on dla ówczesnych artystów tym, czym dla artystów brytyjskich I. połowy lat 50. XX wieku był pop-art w znaczeniu użytym przez Lawrence'a Allowaya⁵². Był światem propagandowych haseł, emblematów, ikon systemu, gazetowych fotografii i całego soc-designu otaczającego odbiorców, a narzuconego przez ideologię dla „ludu”, jak w Wielkiej Brytanii

⁴⁸ Pierwsza wersja wizerunku Kitchenera pojawiła się na okładce „London Opinion” z 5 września 1914 r.; P. Simkins, *Kitchener's Army. The raising of the New Army, 1914-16*, New York 1988, s. 122-123; zob. też: M. Bryant, *Poster Boy: Alfred Leete*, „History Today”, Volume 59, Issue 7 July 2007, www.historytoday.com/mark-bryant/poster-boy-alfred-leete [dostęp: 29.06.2016].

⁴⁹ C. Capozzola, *Uncle Sam Wants You. World War I and the Making of the Modern American Citizen*, New York 2008, s. 3-8.

⁵⁰ Obydwie grafiki dostępne w katalogu online Museum of Modern Art w Nowym Jorku (MoMA) www.moma.org/collection/artists/3542?=&page=1 [dostęp: 30.06.2016].

⁵¹ Dzieła A. Warhola dostępne są w katalogu MoMA, www.moma.org/collection/artists/6246?locale=en; C. Oldenburga zaś: www.moma.org/collection/artists/4397?locale=en [dostęp: 30.06.2016].

⁵² L. Alloway, *Popular culture and Pop Art*, „Studio International” 1969, nr 7-8 (July-August); por. tenże, *The Arts and the Mass Media*, www.warholstars.org/warhol/warhol1/andy/warhol/articles/popart/popart.html [dostęp: 30.06.2016].

przez amerykańzujący się rynek oferujący „sztukę” dla ludu, w odróżnieniu od spontanicznego, „oddolnego” folkloru miejskiego – według określenia Richarda Hamiltona – „pejzażu metropolii”⁵³. Nawiązania w socrealizmie do ikonosfery popularnej (jeszcze bardziej niż ówczesna sztuka) jest tematem na obszernie omówienie; nie jest wszak tajemnicą wykorzystywanie przez artystów wprost fotografii (jak plakat Chmielewskiego), znaczków pocztowych i innych.

Zdaniem Baudrillarda pop-art ukazał sekularyzację przedmiotu, zanik transcendencji, a także wpisał sztukę w ów zsekularyzowany świat, w „immanentny porządek znaków”.

Pop oznacza kres perspektywy, kres ewokacji, kres świadectwa, kres twórczego gestu, i co nie mniej ważne, kres pragnienia zrewolucjonizowania świata i przekleństwa sztuki. [...] Dostrzec w tym można pewną szaleńczą ambicję, chęć odebrania splendoru pewnej kulturze, kulturze transcendencji i odebrania jej wszelkich podstaw. Zaznacza się tutaj także po prostu pewna ideologia⁵⁴.

Można powiedzieć, że pop-art zdesakralizował i skompromitował też socrealizm z jego eschatologicznym programem, konsumując jego motywy i ikony ujawnił także ich pierwotny manipulacyjny cel. Co więcej, konsumując znaki i emblematy socrealizmu, paradoksalnie podkreślił jego „niski”, popularny, kiczowaty charakter. I znowu osobliwie wspólne obu kierunkom jest rozminięcie deklaracji z rezultatem. **Socrealizm chciał stworzyć dla każdego wysoką sztukę, która okazała się banałem; pop-art chcąc być sztuką banału, stworzył nowy rodzaj elitarnej sztuki.** Jak stwierdził Baurillad: „[pop-art] **przywraca sakralny charakter sztuki, co niewczy zasadnicze cele, jakie przed sobą stawia**”⁵⁵.

Alegoria, dekoracyjność, tautologia itp. wspólne cechy były w socrealizmie jednoznacznym rezultatem odesłania do politycznej ideologii, w pop-arcie ich rzekoma/zamierzona jednoznaczność odsyła do artystycznej ideologii. Różnica polega więc na tym, co decyduje o „popularnym” etosie socu, tj. powiązaniu przedmiotu z człowiekiem, jednoznaczności, emocjonalności i sakralizacji wizerunku; pop-art, izolując przedmiot i uprzedmiotawiając oraz multiplikując wizerunek, pozbawił je jednoznaczności. Zresztą zgodnie z logiką konsumpcji, niejako wtórnie, pop-art inspirowane kulturę masową, która przetwarza zarówno soc, jak i pop-art. Paradoks współczesnej popkultury polega więc na tym, że przetwarza i konsumuje obrazy, którymi pop-art, korzystając z poetyki komiksu, reklamy, przemysłu rozrywkowego, dokonywał jej wiwisekcji i krytyki, ujawniał płytkość, powierzchowność, wtórność, homogenizację i polityczny podtekst masowej konsumpcji. Na wielkoformatowych inspirowanych komiksem płótnach Lichtensteina wzorowane są np. reklamy środków odchudzających czy usług telefonii; monstrualne, przestrzenne formy zachęcające do konsumpcji lodów czy kanapek przypominają syntetyczne lub miękkie rzeźby Oldenburga; reklamy armatury i urządzeń domowych zdają się cytatami z płócien Toma Wesselmana. Przykłady można by wymieniać bez końca. Recykling obrazów i znaków, przetwarzanie i naśladowanie ułatwiają ogólna, internetowa dostępność wzorów oraz nieuchwytność i bezkarność przestępstw łamania praw autorskich.

⁵³ U. Czartoryska, *Od pop-artu do sztuki konceptualnej*, Warszawa 1976, s. 124.

⁵⁴ J. Baudrillard, op. cit., s. 148.

⁵⁵ Ibidem, s. 151.

Aby dopełnić obraz **artystycznych** przetworzeń soc-twórczości, przypomnijmy jeszcze, że obie tendencje, tj. socrealizm i pop-art, zainspirowały tzw. realizm kapitalistyczny albo zostały programowo przez niego skonsumowane. W październiku 1963 roku Gerd Richter i Konrad Lueg (później jako galerzysta K. Fischer) w sklepie meblowym Bergesa przy Flinger Strasse 11 w Düsseldorfie zorganizowali wystawę-happening „**Leben mit Pop – eine Demonstration für den Kapitalistischen Realismus**”. Na awersie zaproszenia na „Prezentację kapitalistycznego realizmu” widniał wielki czerwony napis z tytułem (jw.), w którym w miejscu litery „o” przewleczony był zielony balonik. Instrukcja obsługi (nadmuchiwanie itp.) zamieszczona była na rewersie ulotki⁵⁶. Na ścianach „poczekalni” [*Wartezimmer*] zawieszono 14 poroży z komentarzem „geschossen: 1938 bis 1942 in Pommern” [„ustrzelone od 1938 do 1942 na Pomorzu”]; przy windzie stała pełnoplastyczna figura prezydenta Johna F. Kennedy’ego z papier-maché, na każdym z 39 krzeseł leżały numery „Frakfurter Allgemeine Zeitung” z 11.10.1963. W „pokoju dziennym” [*Wohnzimmer*] umieszczono części garderoby oraz kartony margaryny i tłuszczu Palmin, z napisem „Josef Beuys is here!”. Na fotelu i kanapie stojących na podestach siedzieli Richter i Lueg, na stoliku z kawą, ciastem, piwem i popkornem leżało czasopismo „Schöner Wochen” i pamiętniki Winstona Churchilla, a w ustawionym nieopodal telewizorze można było obejrzeć program-sprawozdanie o Erze Adenauera. Eksponowane prace potwierdzały ironiczny dadaistyczno-pop-artowski rodowód i kontestatorsko-groteskowy charakter pokazu; Lueg prezentował obrazy: *Vier Finger* [*Cztery palce*], *Betende Hände* [*Modlące się ręce*], *Bockwürste auf Pappteller* [*Serdelki na jednorazowym talerzu*] i *Bügel*, [*Wieszak*], a Richter: *Mund* [*Usta*], *Papst* [*Papież*], *Hirsch* [*Jeleń*] oraz *Schloß Neu-Schwanstein*. Następną wystawą pt. „Neue Realisten” [„Nowi realisci?”] odbyła się w listopadzie 1964 roku w Galerie Parnass (Rolfa Jährlinga) w Wuppertalu, z udziałem Sigmara Polke, Gerharda Richtera i Konrada Luega. Kolejne pokazy miały miejsce w Berlinie w galerii René Blocka, z udziałem m.in. Volffa Vostella, Klause Petera Brehmera, Karla Horsta Hödickego, Polkego, Luega, Richtera (1964: *Neodada, Pop, Decollage, Kapitalistischer Realismus*). Realizm kapitalistyczny, podobnie jak bardziej skomplikowana artystycznie twórczość innych amerykańskich pop-artystów (np. Roberta Rauschenberga), w znacznie mniejszym stopniu ulega procesom homogenizacji⁵⁷. Wprawdzie zwracano uwagę na jego wtórność w stosunku do amerykańskiej czy brytyjskiej sztuki, a nawet pewną niemożność (il. 24).

Lucy R. Lippard powołała się mianowicie na zdanie Pierre’a Restany’ego⁵⁸, że „Pop Art jest wytworem wielkich metropolii; z chwilą utraty Berlina [jako takiej]

⁵⁶ B. Kölle, *Die Kunst des Austellens. Untersuchungen zum Werk des Künstlers und Kunstvermittlers Konrad Lueg/Fischer (1939-1966)*, [rozprawa doktorska] Univesität Hildesheim 2005, s. 28-44; praca zawiera cenny materiał ilustracyjny, m.in. z omawianej wystawy; zob. też F. Bussmann, *Leben mit Pop!. Einführung*, [w:] *Leben mit Pop! Grafik der 60er Jahre von Warhol bis Richter*, [katalog], Hrsg. H.-W. Schmidt, F. Bussmann, Museum der bildenden Künste Leipzig 2012, s. 3-7; zob. też F. Meschede, *Stumme Freiheit oder Versuch einer Porträts nach Efemehren Archivalien*, [w:] *Mit der Möglichkeit gesehen zu Werden. Dorothee und Konrad Fischer: Archiv einer Haltung*, [katalog], Hrsg. F. Meschede, G. de Werd, Düsseldorf 2010, s. 42-44 i przypis 9, s. 58.

⁵⁷ A. Kłosowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 335 nn.

⁵⁸ Pierre Restany (1930-2003) – francuski krytyk, inicjator powstania grupy Nowych Realistów, uważanej za odpowiedź na amerykański pop-art; zob. L.R. Lippard, *Le Pop Art en Europe et au Canada*, [w:] eadem, *Le Pop Art*, Paris 1969, s. 173-185.

w Niemczech nie ma już super-miasta zdolnego go [pop-art] inspirować⁵⁹. Jednak z racji podwójnego, oksymoronicznego odwołania – do socrealizmu i jednocześnie pop-artu – z racji odmiennego kontekstu polityczno-ekonomicznego, w sytuacji podziału Niemiec na dwie strefy, także artystyczne, z których jedna sowietyzowana i socjalistyczna, druga amerykańizująca i kapitalistyczna, był z istoty bardziej zaangażowany ideowo i zarazem ironicznie-sarkastyczny niż twórczość gwiazd amerykańskiej wersji tej sztuki⁶⁰. Realizm kapitalistyczny stanowił w jakimś sensie odpowiedź na absurd owego podziału (il. 25, 26). To oczywiście utrudnia jego konsumpcję i adaptację w reklamie czy rozrywce, ale było też przedmiotem artystycznych inicjatyw i badawczych refleksji, jak np. wystawa zorganizowana we współpracy niemieckich i amerykańskich muzeów, prezentowana w Niemczech pod tytułem „Kunst und Kalter Krieg. Deutsche Positionen 1945-89” [„Sztuka i zimna wojna. Niemieckie pozycje 1945-1989”]. W prezentacji epizod „kapitalistycznego realizmu” i dalsza twórczość związanych z nim artystów, oprócz powszechnie znanych – jak Joseph Beyus, Willi Baumeister, Georg Beselitz, Anselm Kiefer czy Wilf Vostell – złożyły się na „pozycję” niemieckiej sztuki powojennej⁶¹.

Wreszcie trzeba wspomnieć o prześmiewczej sztuce pary rosyjskich artystów, Witalija Komara i Aleksandra Melamida, znanych jako Komar & Melamid, kpiących zarówno z kiczu i patosu radzieckiego socu, jak i gustów oraz przyzwyczajęń konsumentów współczesnej kultury masowej⁶². Wydaje się jednak, że satyryczno-nostalgiczny ton tej twórczości, posługującej się pastiszem i akademickim warsztatem⁶³ – gdy odbierana jest na poziomie bezrefleksyjnego odczytania kodu – może poniekąd usprawiedliwiać manipulację i konsumpcję socrealizmu w popkulturze.

Podsumowując, wypada stwierdzić, że nie jest możliwe zatrzymanie reklamowej i konsumpcyjnej maszyny, nie chodzi też o cenzurę konsumpcji. Rozszyfrowanie – według wskazania Umberto Eco – współczesnego reklamowo-rozrywkowego dyskur-

⁵⁹ L.R. Lippart, op. cit., s. 193 (tłum. E. Kal); w uzupełnieniu tej opinii trzeba dodać, że wypowiedziana była w 1965 roku, w określonej sytuacji polityczno-ekonomicznej powojennych Niemiec, w czasie tzw. zimnej wojny. Autorka powołała się zresztą na źródło pośrednie, tj. na artykuł Jonha A. Thwaitesa pod znamionym tytułem: *Germany: Prophetes without Honor*, zamieszczonym w czasopiśmie „Art in America” 1965, nr 6, s. 110-111; za: L.R. Lippart, op. cit., s. 205, przypis 16.

⁶⁰ Na przykład na chropawym odwrócić wyżej wymienionego płótna *Jeleń* Richtera widnieje ni-
kły „szablonowy” ślad wizerunku krzyczącego Hitlera; zob. *Neue Realisten. Konrad Lueg, Sigmar Polke, Gerd Richter*, Galeria Parnass Wuppertal, Allemagne 20 Novembre 1964-30 Décembre 1964, www.gerhard-richter.com/fr/exhibitions/neue-realisten-konrad-lueg-sigmar-polke-gerd-richter-534/deer-5476/?p=1 [dostęp: 2.07.2016].

⁶¹ Pierwsza edycja wystawy miała miejsce w 2009 r. Los Angeles County Museum of Art (LACMA) pt. „Art of Two Germanys. Cold War Cultures”/ „Sztuka dwóch Niemiec. Zimna wojna kultur”. Zob. *Kunst und Kalter Krieg. Deutsche Positionen 1945-89*, [katalog], Hrsg. S. Barron, S. Ecmann, New York [?] 2009; o niemieckim pop-arcie i kapitalistycznym realizmie: E. Wunder, *Die Kunst eines Wunders. Seine Geschichte des deutschen Pop 1955-1972*, [w:] *Kunst und Kalter Krieg...*, s. 153-169.

⁶² www.komaramelamid.org/ [dostęp: 2.07.2016].

⁶³ Wojciech Włodarczyk zwrócił uwagę na wykalkulowany, erudycyjny charakter ich obrazów i „[...] brak charakterystycznego dla ekspresyjnego malarstwa nurtu nowego malarstwa napięcia i zaangażowania”. W. Włodarczyk, *Postmodernistyczna przemiana. Obrazy i instalacje*, [w:] *Sztuka świata*, t. 10, red. W. Włodarczyk, Warszawa 1996, s. 199.

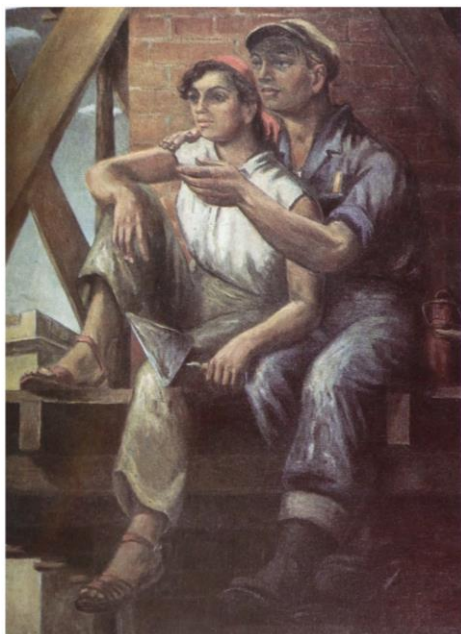
su socrealizmu dowiodło, że opiera się on z reguły na znikomej lub powierzchownej o nim wiedzy. Monika Brzóstowicz-Klajn w artykule o istnieniu socrealizmu w Internecie wskazuje na ogólnikowość, niesolidność informacji o socrealizmie, brak źródeł i manipulację skutkującą m.in. deklarowaną przez nastolatków (sic!) sympatią dla realizmu socjalistycznego⁶⁴. Sposobem na to, aby do zbiorowej świadomości socrealizm trafił we właściwym znaczeniu, jest być może np. digitalizacja zbiorów Muzeum w Kozłówce i innych kolekcji muzealnych.

Material ilustracyjny



Il. 1. Wojciech Fangor, *Postaci*, 1951, olej/płótno, Muzeum Sztuki w Łodzi, [za:] *Fangor. Malarstwo*, [katalog wystawy], red. I. Ziętkiewicz, Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku 2015, s. 35

⁶⁴ M. Brzóstowicz-Klajn, *Socrealizm w sieci*, [w:] *Tekst w sieci. Literatura, społeczeństwo, komunikacja*, Warszawa 2009, s. 53-62.



Il. 2. Aleksander Stefanowski, *Na rusztowaniu*, 1952, olej/plótno, Muzeum Pałac Zamoyskich w Kozłowie, [za:] *Paranoja. Zapis choroby*, oprac. A. Roman, Warszawa- Paryż 1990, [il. 15]



Il. 3. Henryk Stażewski, *Na scalonych Ziemiach*, 1951, olej/tektura, Muzeum Narodowe w Szczecinie, [za:] *Oblicza socrealizmu*, [katalog wystawy], oprac. M. Sitkowska, A. Zacharska, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 1987, kat. 261, il. 60



Il. 4. Aleksander Kobzdej, *Podaj cegłę* 1950, olej/płótno, Muzeum Narodowe we Wrocławiu, [za:] „Projekt” 1988, nr 2 (179), s. 15



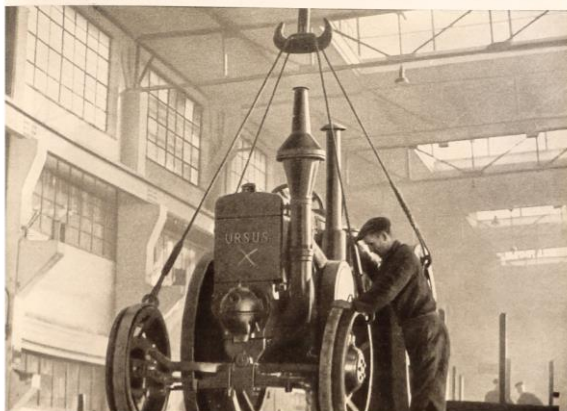
Il. 5a. Wolfgang Kramer, Hartmut Witt, *Podaj cegłę*, [gra planszowa], ilustracje polskiej wersji: M. Szymanowicz, Wyd. Egmont Polska, awers opakowania



Il. 5b. Wolfgang Kramer, Hartmut Witt, *Podaj cegłę*, [gra planszowa], ilustracje polskiej wersji: M. Szymanowicz, Wyd. Egmont Polska, widok boczny opakowania, rewers i fragment jednej z plansz



Państwowa Fabryka Traktorów...



Il. 6a. Bolesław Bierut, *Sześćoletni Plan odbudowy Warszawy*, [album], Warszawa 1950, s. 165



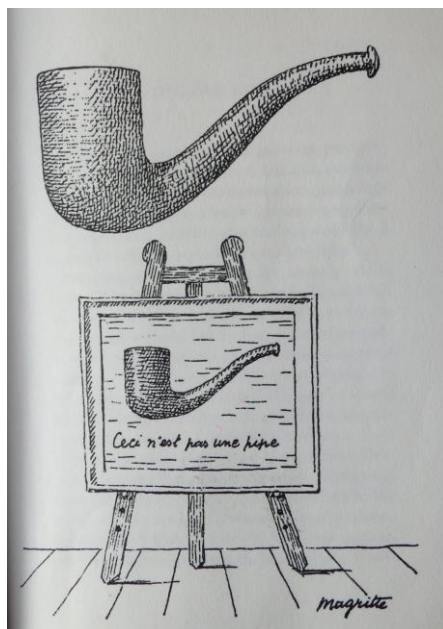
Il. 6b. Bolesław Bierut, *Sześćoletni Plan odbudowy Warszawy*, [album], Warszawa 1950, s. 210



Il. 7. Wiktor Górka, *Pracujemy w trójkę, budujemy za 12-tu*, 1953, plakat, offset/papier, Muzeum Niepodległości w Warszawie, [za:] *Oblicza socrealizmu*, [katalog wystawy], oprac. M. Sitkowska, A. Zacharska, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 1987, nr kat. 137, il. 42



Il. 8. Marszałkowska Dzielnica Mieszkaniowa w Warszawie, ul. Marszałkowska, odcinek pierzei zachodniej i wejście sklepowe na ul. Marszałkowskiej, [w:] Bohdan Urbanowicz, *Dyskusyjne zagadnienia malarstwa i rzeźby M.D.M.*, „Przegląd Artystyczny” 1952, nr 4, s. 19



Il. 9. René Magritte, *La trahison des images/ Zdrada obrazów (To nie jest fajka)*, 1966, [za:] Michel Foucault, *To nie jest fajka*, tłum. T. Komendant, Gdańsk 1996, s. 5



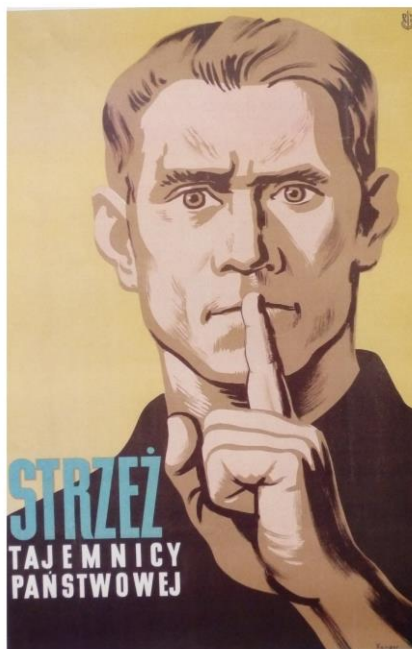
Il.10. Dymitr Mor, *Czy zapisałeś się na ochotnika? [Ты записался добровольцем?/ Ты zapisalsia dobrowol'cem?]*, 1920, plakat, litografia, Fine Art Image, nr 0001810, www.fine-art-images.net/de/showIMG_1810.html [dostęp: 25.06.2016]



Il. 11. Wojciech Fangor, Jerzy Tchórzewski, *Pozdrawiamy kobiety pracujące dla pokoju i rozkwitu ojczyzny*, 1953, Muzeum Plakatu w Wilanowie, [za:] *Kalendarz robotniczy 2003*, Muzeum Plakatu w Wilanowie, tabl. III



Il. 12. Nina Watolina, Mikołaj Denisow, *Nie gadaj [He болтай!]*, 1941, plakat, litografia, Fine Art Image, nr 013374, www.fine-art-images.net/de/showIMG_13374.html



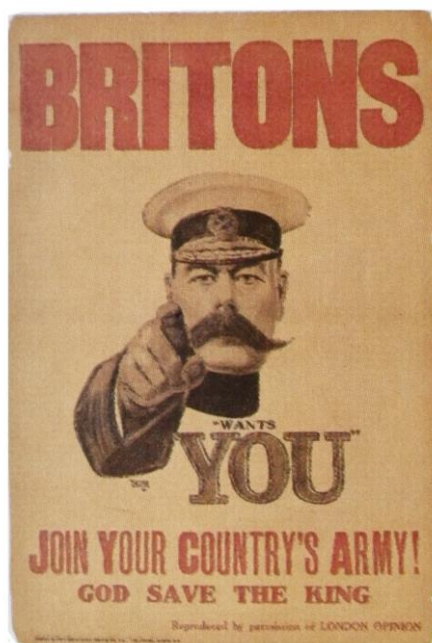
Il. 13. Wojciech Fangor, *Strzeż tajemnicy państwowej*, 1951, Muzeum Plakatu w Wilanowie, [za:] *Kalendarz robotniczy 2005*, Muzeum Plakatu w Wilanowie, tabl. tytułowa



Il. 14. Witold Chmielewski, *Młodzieży – naprzód do walki o szczęśliwą, socjalistyczną wieś polską*, 1951, plakat, offset, [za:] *Kalendarz robotniczy 2003*, Muzeum Plakatu w Wilanowie, tabl. VI



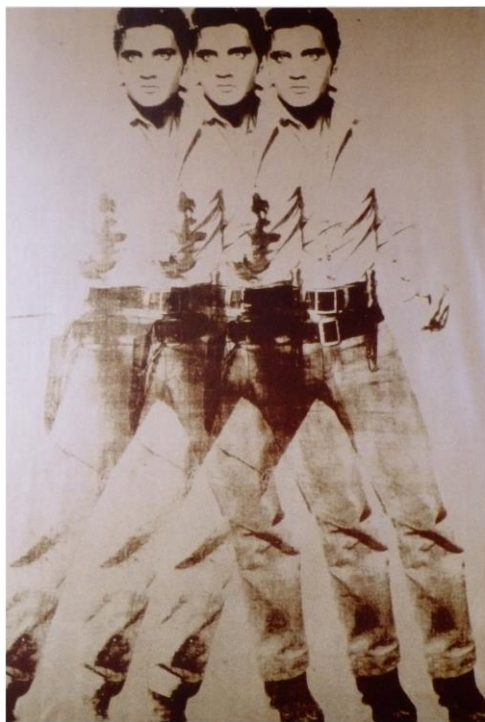
Il. 15. Tabliczka, produkt firmy Spod Lady, z miniaturą plakatu Lucjana Jagodzińskiego, *Coś Ty zrobił dla realizacji planu?*, 1953, tworzywo sztuczne, 30 x 20 cm



Il. 16. Alfred Leete, *Britons. Wants You. Join Your I. Countrys Army* [Brytyjczycy. Potrzebujemy Was. Przyłącz się do armii Twojego kraju], 1914, [za:] *Ilustrowana historia świata 1914-1993*, red. H. Samsonowicz. Warszawa 1993, s. 643



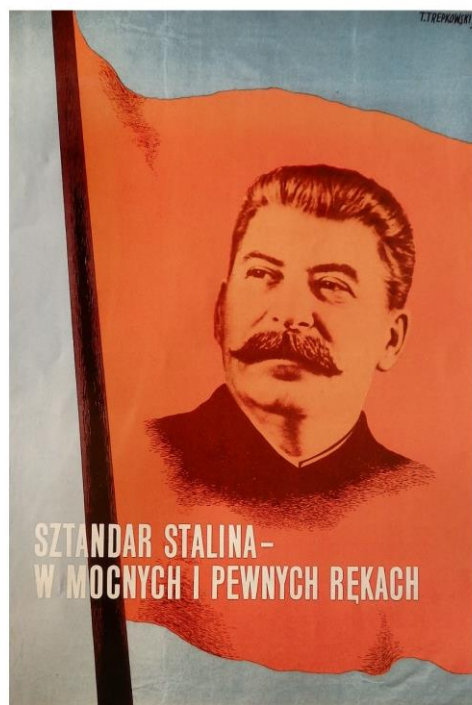
Il. 17. Włodzimierz Zakrzewski, *Dlaczego nie jesteś w wojsku?*, [reprodukcja plakatu], „Przegląd Kulturalny” 1954, nr 29, s. 12



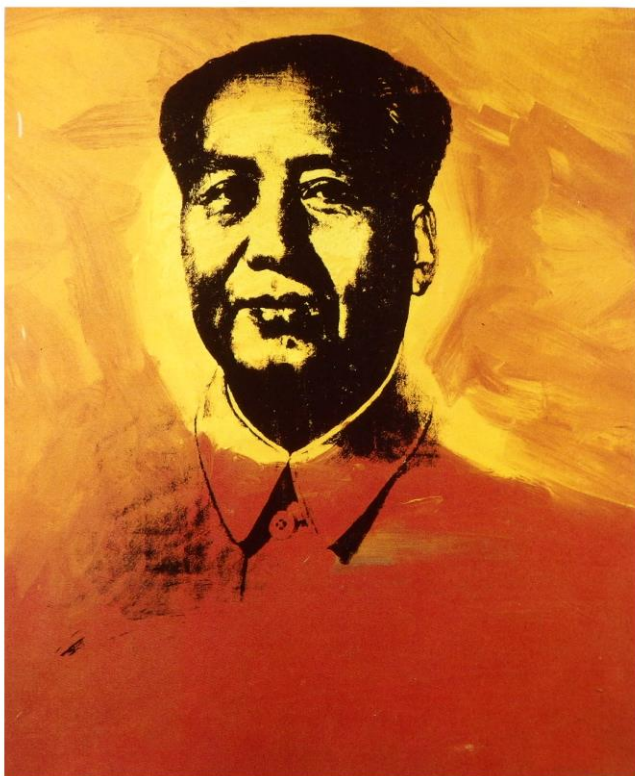
Il. 18. Andy Warhol, *Triple Elvis/ Potrójny Elvis*, 1964, sitodruk, płótna, [za:] K. Honnef, *Andy Warhol 1928-1987. Kunst als Kommerz*, Köln 1999, s. 13



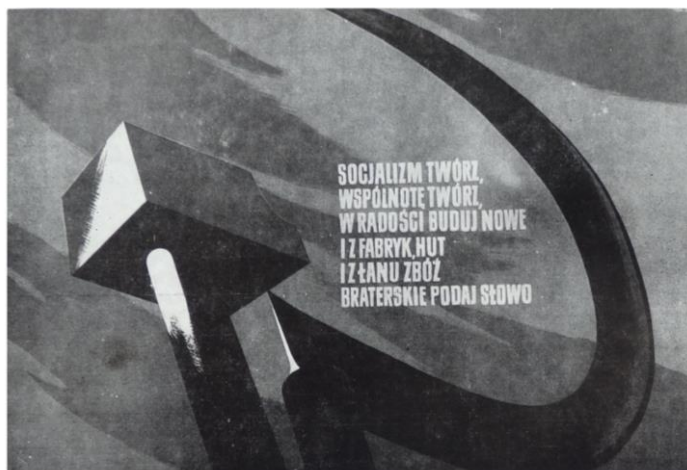
Il. 19. Plakat happeningu anarchistów w Nowej Hucie przy pomniku Lenina w Alei Róż, 1989, [za:] J.A. Karnasiewicz, *Nowa Huta. Okruchy życia i meandry historii*, Kraków 2003



Il. 20. Tadeusz Trepcowski, *Sztandar Stalina – w pewnych i mocnych rękach*, 1953, [za:] *Kalendarz robotniczy 2003*, Muzeum Plakatu w Wilanowie, tabl. X



Il. 21. Andy Warhol, *Mao Tse Tug*, 1973, akryl, litografia/ płótno, [za:] K. Honnef, *Andy Warhol 1928-1987. Kunst als Kommerz*, Köln 1999, s. 77



Il. 22. Roman Cieślewicz, *Socjalizm twórz/ wspólnie twórz...*, 1955 plakat, offset, Muzeum Niepodległości w Warszawie, [za:] *Oblicza socrealizmu*, [katalog wystawy], oprac. M. Sitkowska, A. Zacharska, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 1987, nr kat. 66, il. 21



Il. 23. Andy Warhol, *Martwa natura*, 1972, akryl, litografia/ płótno, [za:] K. Honnef, *Andy Warhol 1928-1987. Kunst als Kommerz*, Köln 1999, s. 82



Il. 24. Konrad Lueg, *Tryptyk BDR 63*, 1963, litografia [?], [za:] L.R. Lippard, *Le Pop Art*, Paris 1969, il. 181



II. 25. Gerd (Gerhard) Richter, *Mao*, 1968, fototypia (światłodruk), [za:] *Leben mit Pop!. Grafik der 60er Jahre von Warhol bis Richter*, [katalog], Hrsg. H.-W. Schmidt, F. Bussmann, Museum der bildenden Künste, Leipzig 2012, s. 63



II. 26. Klaus Peter Brehmer, *B 052 (Préservez vos yeux)*, 1972, druk cliché, [za:] *Leben mit Pop!. Grafik der 60er Jahre von Warhol bis Richter*, [katalog], Hrsg. H.-W. Schmidt, F. Bussmann, Museum der bildenden Künste Leipzig 2012, s. 73

Bibliografia

- Alloway L., *Popular culture and Pop Art*, „Studio International” 1969, nr 7-8 (July-August).
- Alloway L., *The Arts and the Mass Media*, www.warholstars.org/warhol/warhol1/andy/warhol/articles/popart/popart.html [dostęp: 30.06.2016].
- Baraniewski W., *Ideologia w architekturze Warszawy okresu realizmu socjalistycznego*. „Rocznik Historii Sztuki” 1996, t. XXII.
- Baudrillard J., *Społeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa 2006.
- Bauman Z., *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000.
- Bierut B., *Sześćcioletni plan odbudowy Warszawy*, Warszawa 1950.
- Bondanella P., *Umberto Eco. Semiotyka, literatura, kultura masowa*, tłum. M.P. Markowski, Kraków 1997.
- Bryant M., *Poster Boy: Alfred Leete*, „History Today”, Volume 59, Issue 7 July 2007, <http://www.historytoday.com/mark-bryant/poster-boy-alfred-leete> [dostęp: 29.06.2016].
- Brzostowicz-Klajn M., *Socrealizm w sieci*, [w:] *Tekst w sieci. Literatura, społeczeństwo, komunikacja*, Warszawa 2009.
- Bussmann F., *Leben mit Pop! Einführung*, [w:] *Leben mit Pop!. Grafik der 60er Jahre von Warhol bis Richter*, [katalog], Hrsg. H.-W. Schmidt, F. Bussmann, Museum der bildenden Künste Leipzig 2012.
- Capozzola C., *Uncle Sam Wants You. World War I and the Making of the Modern American Citizen*, New York 2008.
- Czartoryska U., *Od pop-artu do sztuki konceptualnej*, Warszawa 1976.
- Dyskusja architektów o Placu Konstytucji*, „Architektura” 1953, nr 1.
- Eco U., *Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa a teorie kultury masowej*, tłum. P. Salwa, Warszawa 2010.
- Eco U., *Lector in fabula. Współdziałanie w interpretacji utworów narracyjnych*, tłum. P. Salwa, Warszawa 1994.
- Eco U., *Nieobecna struktura*, tłum. A. Weinsberg, P. Bravo, Warszawa 1996.
- Foucault M., *To nie jest fajka*, tłum. T. Komendant, Gdańsk 1996.
- Ilkosz J., *Malarstwo realizmu socjalistycznego w Polsce*, [w:] *Sztuka polska po 1945 roku*, red. T. Hrankowska, Warszawa 1987.
- Jeszczerska M., *Umiejscowiona rozrywka*, [w:] *Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze współczesnej*, red. J. Grad, H. Mamzer, Poznań 2004.
- Kal E., *Aby „Lud wszedł do śródmieścia”. Ludowość i inne paradoksy realizmu socjalistycznego w architekturze*, [w:] *Pod dyktando ideologii. Studia z dziejów architektury i urbanistyki w Polsce Ludowej*, red. P. Knap, Szczecin 2013.
- Kal E., *Malarstwo gdańskie 1945-1959. Ludzie, słowa i obrazy*, Słupsk 2009.
- Kal E., *Manewry przed walką. Krytyka w latach 1945-1949*, [w:] eadem, „Tego się nie krytykuje, na kogo się nie liczy”. *Polska krytyka artystyczna okresu realizmu socjalistycznego*, Słupsk 2010.
- Kal E., *Między pomnikiem a gadżetem. Z problemów rzeźby okresu realizmu socjalistycznego*, [w:] *Rzeźba w Polsce (1945-2008)*, red. K. Chrudzimska-Uhera, B. Gutowski, „Rzeźba Polska”, t. XIII, Orońsko 2008.

- Kal E., *Od „Planu sześćoletniego” do Elementarza*, [w:] *Nie tylko o pocztówkach. Szkice dedykowane Profesorowi Pawłowi Banasiowi*, red. S. Bednarek, J. Jackowski, Warszawa-Wrocław 2011.
- Kapralski S., *Pamięć, przestrzeń, tożsamość. Próba refleksji teoretycznej*, [w:] *Pamięć, przestrzeń, tożsamość*, red. S. Kapralski, Warszawa 2010.
- Kłóskowska A., *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980.
- Kolekcja tematyczna: plakaty Wielkiej Wojny Ojczyźnianej* www.knigi.pl/index.php?p1836,kolekcja-tematyczna-plakaty-wielkiej-wojny-ojczyznianej [dostęp: 28.06.2016].
- Kotarbiński A., *Na drodze ku realizmowi socjalistycznemu w architekturze*, Warszawa 1952.
- Kowadłowska J., *Uwagi o współczesnym malarstwie amerykańskim*, „Przegląd Kulturalny” 1952, nr 17-18.
- Kölle B., *Die Kunst des Austellens. Untersuchungen zum Werk des Künstlers und Kunstvermittlers Konrad Lueg/Fischer (1939-1966)*, [rozprawa doktorska] Universität Hildesheim 2005.
- Kunst und Kalter Krieg. Deutsche Positionen 1945-89*, [katalog], Hrsg. S. Barron, S. Ecmann, New York [?] 2009.
- Lenica J., *Plakat – sztuka dzisiejszych czasów*, „Przegląd Artystyczny” 1952, nr 5.
- Leśniakowska M., *Architektura w Warszawie. Lata 1945-1965*, Warszawa 2003.
- Lippart L.R., *Le Pop Art en Europe et au Canada*, [w:] eadem, *Le Pop Art*, Paris 1969.
- Lisowska-Magdżiarz M., *Socrealizm bez wartościowania. Fascynacja socrealizmem w tekstach kultury popularnej w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Socrealizm. Fabuły – komunikaty – ikony*, red. K. Stępnik, M. Piechota, Lublin 2006.
- Master Builder, czyli lepiej miasto pobudować, niż Kramera skrytykować*, www.gamesfanatic.pl/2009/01/28/master-builder-czyli-lepiej-miasto-pobudowac-niz-kramera-skrytykowac/ [dostęp: 24.06.2016].
- MDM, [hasło w:] *Hiplopedia. e-NCYKLOPEDIA POLSKIEGO HIP-HOPU*, www.hiplopedia.info/index.php?site=show_artist&id=866&typ=Z [dostęp: 25.06.2016].
- Meschede F., *Stumme Freiheit oder Versuch einer Porträts nach Efemehren Archivalien*, [w:] *Mit der Möglichkeit gesehen zu Werden. Dorothee und Konrad Fischer: Archiv einer Haltung*, [katalog], Hrsg. F. Meschede, G. de Werd, Düsseldorf 2010.
- Międzynarodówka*, [hasło w:] *Nowa encyklopedia powszechna PWN*, red. B. Petrozolin-Skowrońska, Warszawa 1996, t. 4.
- Morawski S., *Dwa oblicza kultury burżuazyjnej w U.S.A.*, „Przegląd Artystyczny” 1953, nr 3.
- Możejko E., *Realizm socjalistyczny jako metoda twórcza i jej komponenty*, [w:] idem, *Realizm socjalistyczny. Teoria. Rozwój. Upadek*, Kraków 2001.
- Neue Realisten. Konrad Lueg, Sigmar Polke, Gerd Richter*, Galeria Parnass Wuppertal, Allemagne 20 Novembre 1964-30 Décembre 1964, www.gerhard-richter.com/fr/exhibitions/neue-realisten-konrad-lueg-sigmar-polke-gerd-richter-534/deer-5476/?p=1 [dostęp: 2.07.2016].
- Nora P., *Czas pamięci*, tłum. W. Dłuski, „Res Publica Nowa” 2001, nr 7.
- Ricoeur P., *Pamięć, historia, zapomnienie*, tłum. J. Margański, Kraków 2007.
- Simkins P., *Kitchener’s Army. The raising of the New Army, 1914-16*, New York 1988.
- Sobczyński J., *Przodownik pracy... elektronicznej*, „Głos Wielkopolski” 19.05.2011.
- Stefański K., *Architektura polska w latach 1949-1956*, „Kwartalnik Architektury i Urbanistyki” 1982, t. XXVII, z. 1-2.
- Stępiński Z., *Od Mariensztatu do MDM*, „Przegląd Kulturalny” 1953, nr 14.

- Studzińska J., *Socrealizm w malarstwie polskim*, Warszawa 2014.
- Śliwińska K., *Ludowość*, [w:] eadem, *Socrealizm w PRL i NRD*, Poznań 2006.
- Tomasik W., *Ludowość*, [hasło w:] *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasik, Kraków 2004.
- Toniak E., *Olbrzymki. Kobiety i socrealizm*, Kraków 2008.
- Trojanowska I., *Pieśń o cegle*, 1981, tekst J. Krzaklewski, A. Mogielnicki, muzyka A. Mrozek, www.tekstowo.pl/piosenka,izabela_trojanowska,pies__o_cegle.html [dostęp: 24.06.2016].
- Włodarczyk W., *Postmodernistyczna przemiana. Obrazy i instalacje*, [w:] *Sztuka świata*, t. 10, red. W. Włodarczyk, Warszawa 1996.
- Włodarczyk W., *Socrealizm. Sztuka polska w latach 1950-1954*, Paryż 1986 (Kraków 1991).
- Wroński M., *Come back PeeReLu. O antynomiach reklamy „peerelowskiej”, „Aida Media”* 1998, nr 10, dreamland.net.pl/roza/katalog.php#wronski-prl [dostęp: 11.06.2016].
- Yoriko T., *Rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i różne koncepcje wolności*, [w:] *W cywilizacji konsumpcyjnej*, red. M. Golka, Poznań 2004.
- Zieliński J., *Realizm socjalistyczny w Warszawie. Urbanistyka i architektura (1949-1956)*, Warszawa 2009.
- barprl.pl/ [dostęp: 27.06.2016].
- beautyteller.pl/2011/08/21/przodownik-pracy-na-nocnej-zmianie/ [wizytynka już nieosiągalna].
- boardgamegeek.com/boardgame/37738/master-builder [dostęp: 23.06.2016].
- hotparty.pl/prl-klubokawiarnia-zamkniety-gliwice-lokal-997.html [dostęp: 27.06.2016].
- mieszkaniedlamlodych.com/ [dostęp: 26.06.2016].
- soxo.pl/product-pol-16333-Kapcie-meskie-SOXO-PRL-Strzez-tajemnicy-panstwowej.html [dostęp: 25.06.2016].
- soxo.pl/product-pol-16334-Kapcie-meskie-SOXO-PRL-200-Normy-Przodownik-Pracy.html [dostęp: 25.06.2016].
- www.e-krakow.com/lokal/60-Propaganda [dostęp: 26.06.2016].
- www.elite-music.pl/prl.html [dostęp: 27.06.2016].
- www.forumbezimienni.pun.pl/mdm--historia-utwory-122.htm [dostęp: 25.06.2016].
- www.komarandmelamid.org/ [dostęp: 2.07.2016].
- www.krainaplanszowek.pl/nasze-gry/produkt,29,podaj-cegle.html#opis [dostęp: 23.06.2016].
- www.krakowlife.pl/12-Propaganda-Pub [dostęp: 26.06.2016].
- www.moma.org/collection/artists/3542?=&page=1 [dostęp: 30.06.2016].
- www.moma.org/collection/artists/4397?locale=en [dostęp: 30.06.2016].
- www.prl.gda.pl/index.php? [dostęp: 27.06.2016].
- www.prl.wroc.pl/ [dostęp: 27.06.2016].
- www.proletaryat.pl [dostęp: 27.06.2016].
- www.pubspolem.pl/ [dostęp: 27.06.2016].
- www.spodlady.com/prod_18017_Krawat_Przodownik_pracy.html [dostęp: 25.06.2016].
- www.youtube.com/watch?v=PQvgIi4_924 [dostęp: 23.06.2016].

Summary

SOCIAL REALISM CONSUMED. THE DISCOURSE OF SOCIAL REALISM IN POP-ART AND MODERN POP CULTURE

The article is an attempt to analyse how the code of social realism was used in two areas not necessarily but rather intertwined: in the artistic area, in the iconography of pop-art in its strategy of transforming pop-culture and industrial signs as well as in the commercial area, in the advertisement, mass entertainment and activity of places uniting consumption with play.

In her analysis the author reminds J. Baudrillard theory of cultural consumption “as a practise of manipulating signs” and Ch. Pierce “unlimited semiosis” and U. Eco as well as various different concepts of memory (including that of J. Baudrillard). The text explains the essence and features of Social realism reigning in the arbitrary way in Poland in the period 1949-1955 often wrongly associated with the full period of Polish Peoples Republic existence (1949-1989). The use of social realistic elements in pop-culture can be seen as a final defeat of communist doctrine that included contempt for commercialism and banal entertainment identified as bourgeois Western culture features. The contradiction results from the idea that social realistic works were supposed to appeal to the masses yet should also have easily readable form and also very high artistic quality. In the text there are examples of social realistic slogans and motives from the paintings, sculptures and posters in the modern promotional campaigns of cosmetics, in computer games, in advertisement as well as in the gadgets, restaurants and entertainment venues etc.

From the earlier artistic inspirations and transformations (consumptions) of social realism the text includes several examples of pop-art artists' works: A. Warhol, T. Wesselmann or R. Lichtenstein, and also examples of the works of the artist from the German movement called capitalistic realism like K. Lueg, G. Richter, S. Polke and others. Modern popular culture and commercial mass entertainment exploit art on its own terms and both social realism and pop-art nurture popular and mass culture.

Key words: social realism, pop-art, pop-culture, capitalistic realism, cultural consumption, manipulation of signs, advertising