



INSTYTUT
KULTURY
POLSKIEJ

11

Widok. Teorie i praktyki kultury wizualnej.

tytuł:

Polski bayer. Obrazy disco polo w latach 90.

autorka:

Monika Borys

źródło:

„Widok. Teorie i praktyki kultury wizualnej” 11 (2015)

odsyłacz:

<http://pismowidok.org/index.php/one/article/view/308/619>

wydawca:

Instytut Badań Literackich PAN
Instytut Kultury Polskiej UW
Widok. Fundacja Kultury Wizualnej

Polski bayer. Obrazy disco polo w latach 90.

Lud jest w śródmieściu

W zasadzie ten koncert powinien nazywać się tolerancja, gdyby ten wyraz nie był użyty do innych, wyższych celów. My po prostu tolerujemy gusty publiczności i z tymi gustami po prostu nie polemizujemy. My jesteśmy od takiej pracy, a publiczność jest od tego, żeby na takie koncerty chodziła, do czego tę publiczność serdecznie zachęcamy

– tłumaczył się w materiałach zza kulis I Gali Piosenki Popularnej i Chodnikowej 29 lutego 1992 roku Krzysztof Jaślar, reżyser widowiska. Galę, która odbyła się w Sali Kongresowej Pałacu Kultury i Nauki, można uznać za wydarzenie wieńczące pierwszy etap rozwoju nurtu disco polo¹, kiedy trafił on z wiejskich dyskotek i bazarów na Stołeczną Estradę. Jego zaistnienie można również potraktować – zaryzykuję – jako jedno z ważnych wydarzeń lat 90. Uwolnienie kultury spod centralnego planowania oraz dominującej dotąd hierarchii społecznej przyczyniło się do komercjalizacji i zintensyfikowanej widoczności disco polo, którego korzenie muzyczne sięgają jeszcze czasów międzywojnia². Przychodząca wraz z wolnym rynkiem aprobatą niegdyś izolowanego na prowincji, popularnego gustu w sferze publicznej (nawet jeżeli ironiczna, kempowa lub, lepiej powiedzieć, będąca marketingową grą z tym, co uznawane za kicz) przynosi i zapowiada późniejszy spór o „polski gust” w demokratyzującym się społeczeństwie; ujawnia postkomunistyczną wersję chronicznego antagonizmu charakterystycznego dla polskiej kultury, w którym tym razem naprzeciw siebie stanął naród disco polo i naród inteligencji. Analiza obrazów wytwarzanych w tym nurcie kultury oraz performatywne strategie discopolowców pozwalają zatem na dostrzeżenie szerszych przemian estetycznych i społecznych lat 90.

Kierownikiem muzycznym Gali był Jarosław Kukulski, jej współtwórcą – Sławomir Skręta, właściciel pierwszej wytwórni fonograficznej disco polo, Blue Star, a konferansjerem – Janusz Weiss, który rok później zyskał popularność dzięki programowi telewizyjnemu „Miliard w rozumie”. Wydarzenie zostało zarejestrowane

przez Telewizję Polską, a później emitowane przez TVP 1 oraz rozpowszechniane na kasetach VHS; składanka z piosenkami była dostępna na kasetach magnetofonowych. Na koncercie wystąpił m.in. zespół Atlantis, Crazy Boys, Chorus, Irys, Fanatic, Jacek Skubikowski, formacja Dystans (z Renatą Dąbkowską, która niedługo potem rozpoczęła solową karierę jako piosenkarka pop), dzieci śpiewające z playbacku piosenkę

Andrzeja Cierniewskiego *W gorącym słońcu Casablanki*; koncert zamknął zespół Top One utworem *Ciao Italia*, przypominając o kosmopolitycznych korzeniach disco polo i silnych inspiracjach nurtem italo disco.

Repertuar zaprezentowany na koncercie odzwierciedla ówczesny charakter gatunku – z jednej strony wpływy zachodniego disco – jak w twórczości Top One, z drugiej zaś silny, konstytutywny dla tej estetyki, lokalny kontekst i swojską formę: zespół Chorus wykonał biesiadne miłosne wyznania *Angelina* i *Cyganeczka Zosia*, wokalista zespołu Irys, ubrany w czerwono-złoty kontusz, śpiewał o białych łabędziach, Crazy Boys wystąpili z rzewną balladą *Dla mamy blues*, Fanatic wykonał sentymentalne *Rozstanie*, a wokalistka Dystans w piosence *Kalifornia* śpiewała o amerykańskim śnie („tam gdzie nigdy deszcz nie pada, gdzie banany lecą z nieba, tak jak deszcz, ludzie złote mają serca, rzeki miodem płyną”). W Sali Kongresowej wybrzmiały też puszczane z playbacku szlagiery *Biały miś* oraz jeden z największych przebojów gatunku, skądinąd pomyślany jako jego pastisz, czyli *Mydélko Fa*³.

W 1992 roku lud, który wcześniej kupował kasety z muzyką disco polo z chodnika, czyli łóżek polowych ustawianych na miejskich bazarach, z warszawskich „szczęk” pod Pałacem Kultury i Nauki oraz bawił się na wiejskich zabawach w salach Ochotniczej Straży Pożarnej i podmiejskich dyskotekach, wszedł nie tylko do śródmieścia, ale i do samego jego centrum – na Stołeczną Estradę. Jak donośne znaczenie dla całego wydarzenia i historii gatunku miało miejsce, w którym odbywała się Gala, zaznaczył w festynowej scenografii Bronisław Modrzejewski (niegdyś scenograf klubu Hybrydy oraz inicjator warszawskiego Balu Gałganiarzy). W centrum sceny stała papierowa, podświetlana makieta Pałacu Kultury, po jego bokach zawisł duży, tekturowy rogal-księżyc i słońce za chmurą, poniżej zaś stał rogaty jeleń. Scenografia zmieniała się w trakcie koncertu: na scenie pojawiały się dodatkowe rekwizyty, jak mapa Polski towarzysząca piosence *W gorącym słońcu*



Zakończenie Gali Piosenki Popularnej i Chonikowej.

Sala Kongresowa PKiN, 1992

Casablanki (podczas jej trwania Janusz Weiss melorecytował, nie bez kądśliwości, zakłęcie „Casablanka to Polska, Polska to Casablanka”) czy duża atrapa banknotu z podobizną Marii Skłodowskiej-Curie o nominale 20 000 złotych, która zawisała nad głowami zespołu Irys podczas wykonywania utworu *Twoja piękna twarz*. Festynowa, kiczowata scenografia osłabiła monumentalny charakter Sali Kongresowej, a użyte przez twórców symbole, jak Pałac Kultury czy stare banknoty, niejednokrotnie będą później powracać we wczesnych teledyskach disco polo.

W lutym 1992 roku w Sali Kongresowej skupiły się wszystkie mechanizmy społeczne i estetyczne charakteryzujące i determinujące późniejsze funkcjonowanie gatunku: rosnący entuzjazm publiczności dla disco polo i odpowiadający nań mechanizm marketingowy; próby ustalenia tożsamości muzyki napędzane dialektyką tradycji i nowoczesności; kicz, który jednych pociągał, a drugich obezwładniał; nieudany pastisz ujawniający niemożliwość dystansowania oraz górujący nad wszystkim komentarz inteligencki – zarówno krytyczny, jak i sekundujący.

Gala jest też obrazem przewrotnym, odbiegającym od ówczesnych wyobrażeń klas niższych. „Polska prowincja”, o której wiemy, że ucierpiała w czasie transformacji najbardziej, nazywana „hamulcową” i bierną, przeżywa terapeutyczny karnawał, święto niezobowiązującej rozrywki w czasach niedostatku. Wyobrażenia o zacofanej prowincji były napędzane przez liberalną koncepcję *homo sovieticus*, etykietującą jednostki, które nie poddają się transformacji ze względu na swoją „sowiecką mentalność”⁴. Wizja ta z jednej strony słusznie dostrzega problemy ekonomicznego wykluczenia, ale jednocześnie błędnie wyabstrahowuje je ze stosunków społecznych. W podobnym duchu Teresa Bogucka pisała o telewizyjnych obrazach profanum, które rozsadzają zestaw przedstawień i narracji „normalizujących” potransformacyjne społeczeństwo⁵. W rozumieniu autorki telewizja po 1989 roku, dopuszczając do głosu społeczne lęki i niezadowolenia, stała się nie tyle narzędziem demokracji, ile niemal terroru „prostego człowieka”. W tej paternalistycznej interpretacji „populistyczne” programy telewizji publicznej poświęcone klasom niższym (autorka pisze głównie o „ludzie”, „masach”, protestujących w latach 90. rolnikach i robotnikach), jak *Sprawa dla reportera*, *Interpelacje* czy film dokumentalny *Arizona* Ewy Borzęckiej (1997), czynią społeczne wykluczenie nie tyle niedoreprezentowanym, ile hiperwidzialnym. Są to obrazy „nie-święte”, bo uderzają w sacrum sfery publicznej, którą ma rządzić reguła konkurencji i indywidualizmu. Uznane są przez Bogucką za niewarte oglądania, ponieważ ich rzekoma

„obsceniczność” profanuje neoliberalną sferę publiczną.

Dlatego można powiedzieć, że obrazy, które przynosi disco polo w latach 90., idą w poprzek ustandaryzowanych wyobrażeń społecznych o apatycznych *homo sovieticus*, przegranych czasów transformacji. Polska wieś w historii disco polo ma zupełnie inne oblicze, przeżywa szybki awans materialny. W małych miejscowościach powstaje infrastruktura wokół discopolowego biznesu. Marcin Kącki opisuje podlaską sieć dyskotek, powstającą często nielegalnie w budynkach byłych pegeerów i pustych stodołach, które na pierwszy rzut oka nie muszą zapowiadać sukcesu: „Z zewnątrz – nie przychodźcie, wewnątrz – nie wychodźcie”⁶. Kim więc jest discopolowiec, jeśli nie pierwszym polskim *self-made manem*?



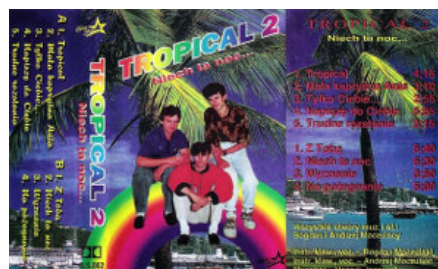
Okładka kasety zespołu Korona, 1994

Gala była pierwszym tak „widocznym” w sferze publicznej wydarzeniem poświęconym disco polo, zarejestrowanym przez telewizję publiczną. Nie do końca można więc zgodzić się ze stwierdzeniem, że obrazy disco polo były w sferze publicznej nieobecne. Niemniej ich zasięg ograniczano. Na antenie telewizji publicznej pojawiały się raz na jakiś czas, jak na przykład w 1995 roku w spotach wyborczych Waldemara Pawlaka i Aleksandra Kwaśniewskiego czy w 1996 roku z okazji Sylwestra. Jednak głównym kanałem ich dystrybucji była komercyjna stacja Polsat⁷. Pierwszym programem telewizyjnym w pełni poświęconym disco polo był *Disco Relax*, emitowany od grudnia 1994 do 2002 roku w niedzielne przedpołudnia. Jego twórcą był Tomasz Samborski, muzyk i późniejszy producent disco polo. Program prowadził wraz z Małgorzatą Werner. Obok rozmów z wykonawcami i prezentacji nowości muzycznych najważniejszą częścią programu była lista przebojów. I *Disco Relax*, i *Disco Polo Live*, które pojawiło się nieco później również na antenie Polsatu, zachęcały do produkowania teledysków.

Mimo że pojawiło się wiele publikacji poświęconych gatunkowi⁸, wizualna strona disco polo nie cieszyła się wśród badaczy i badaczek szerszym zainteresowaniem. Powodem tego może być piętno społecznego wstydu, którym obarczony jest ten obszar polskiej kultury, czy też uznanie go w całości za kicz, ale również przeświadczenie, że wideoklip jest wtórny wobec muzycznej i słownej warstwy

utworu. Tymczasem obrazy disco polo – w nie mniejszym stopniu niż muzyka – są narzędziem prowadzenia nowych gier tożsamościowych Polaków. Ich zaistnienie miało znaczący wpływ na utrzymanie gatunku na rynku, a analiza mechanizmów ich produkcji i recepcji pozwala zrozumieć, na czym polega klasowy wymiar ówczesnej sfery publicznej.

Teledyski disco polo z lat 90. nie opierają się ani na podobnej narracji, ani na zbliżonych wyobrażeniach. Obejrzenie choćby jednego odcinka programu *Disco Relax*⁹ przekonuje raczej, że zestaw tych obrazów jest hybrydyczny, choć na pewno ograniczony. Znajdziemy tu zarówno materiał zupełnie amatorski, kręcony kamerami Betacam, których używano między innymi do nagrywania



Okładka kasety zespołu Tropical, 1992

wesel, jak i produkcje profesjonalistów działających w branży filmowej i telewizyjnej, którzy wchodzili w alians z gwiazdami disco polo. Estetyka gatunku była obszarem amatorskiego eksperymentu z wykorzystaniem surowych grafik komputerowych i techniki *blue box*; czasem produkowano krótkie miniatury filmowe, ale zdecydowanie najczęściej piosenkom towarzyszyły nagrania z koncertów.

Ornament, czyli bayer

Zacznijmy od fantazji, które, choć odsyłają do obrazów obcych polskiej rzeczywistości, są z nią ściślej związane. Tłem dla miłosnych wyznań, rozterek i zauroczeń wyśpiewywanych przez discopolowców były często „ciepłe kraje” – czasem przywołane w teledyskach za pomocą pocztówek i fotografii z wakacyjnych folderów, ale nierzadko zespoły nagrywały materiał w samych kurortach popularnych ówczesnie wśród Polaków (np. *Greckie noce* Akropolis, *Na Miami Asa*, *Psozny wiatr* Akcentu, *Złota plaża* Milano i *Wracaj do mojego świata* Skanera). Rosnące nieustannie aspiracje prowincji ekspansywnie sięgały poza Warszawę; stawką była skuteczna operacja na peryferyjnej tożsamości – materializacja snu nie tylko o Zachodzie, ale również o dalekich zakątkach. Stąd nazwy szeregu zespołów nie tylko brzmiały z angielska, lecz również ciepło się kojarzyły, jak Milano, Tropical, Bahamas czy Exotic. W rodzimym imaginariu gęsto rozrosła się wówczas palma, w efekcie tracąc nieco na swojej egzotyczności. Stała na parkingach przy zajazdach „Chłopskie Jadło”, w ogródkach hotelów „Malibu” (tuż obok krasnali), na jej tle Tomasz Samborski z Małgorzatą Werner zapowiadali teledyski w *Disco Relax*,

a Nina Terentiew nagrywała wywiady z gwiazdami w programie *Bezludna wyspa*. Podobnie jak na fototapetach stałym elementem estetyki disco polo stały się polskie „tropikalizmy”. Amatorskie fotomontaże ze zdjęciami wokalistów na tle morskich fal, palm i złotych plaż trafiały na okładki masowo rozprowadzanych kaset (np. zespołów Bahamas, Korony czy Tropical). W wideoklipie do piosenki zespołu Big Dance *Bananowy sen* (1997) szara rzeczywistość, pokazywana na czarno-białych fotografiach, we śnie zamienia się w „kokosowy, daktylowy, barwny świat”. W tej fantazji kurort zastępuje hotelowa kręgielnia i pływalnia przeładowana roślinami doniczkowymi, a niedająca się ukryć swojska przaśność neutralizowana jest fragmentami ujęć z prywatnych nagrań wakacyjnych.

W tych obrazach urealniała się utopia – daleka, wymarzona i zmitologizowana rzeczywistość zamieniała się w fatamorganę nęcącą oko spragnione natychmiastowej zmiany biednego krajobrazu. Egzotyczne miraże działały w disco polo jak znaki „światowości”, dowody spełniających się na oczach Polaków marzeń, ale nie były one powodem do konfrontacji z czymś nieznanym czy innym. Funkcjonowały podobnie jak oglądany w kurorcie z okien hotelowych pejzaż, który, choć oznaczać ma pożądaną obcość, to w istocie odklejony jest od kontekstu otoczenia, w którym się rozglądamy.

Egzotyczna estetyka bliska była również Magdalenie Pańkowskiej, znanej jako Shazza (pseudonim inspirowany imieniem egipskiej bogini) – jednej z największych gwiazd disco polo. Do jej piosenek powstały najbardziej profesjonalne ówczesnie teledyski, które są nierzadko krótkimi historiami, tematycznie odbiegającymi od miłosnej treści utworów; wykraczają też poza typowy dla amatorskich produkcji zestaw prostych środków wyrazu. Najbardziej intrygującym przykładem tego, że w kulturze disco polo nie brakowało historycznych czy politycznych odwołań, jest teledysk do piosenki *Miłość i zdrada* z 1995 roku, opowiadający o denominacji. Słowa piosenki napisane przez Tomasza Samborskiego nie różnią się w poetyce od nieskomplikowanych i banalnych opowieści o emocjonalnych uniesieniach i miłosnych rozczarowaniach („bądź moim cierpieniem, bądź serca wspomnieniem, jak miłość i zdrada, jak skończona sprawa”), to jednak za sprawą surrealistycznego teledysku wdzierają się do niej historyczny naddatek – krótkie podsumowanie reformy pieniężnej z 1995 roku. Oglądamy sceny, w których wokalistka tańczy obok aktorów ucharakteryzowanych na postaci uwiecznione na starych banknotach: Mikołaja Kopernika, Fryderyka Chopina, Marię Skłodowską-Curie, Stanisława Moniuszkę,

Władysława Reymonta, Stanisława Wyspiańskiego oraz Ludwika Waryńskiego, którego Shazza opuszcza, odchodząc z dostojnym Władysławem Jagiełłą, uwiecznionym na nowym stuzłotowym banknocie. Klip można uznać, z niewielkim ryzykiem, za próbę rozliczenia (nawet jeśli to próba przekraczająca granice patosu i śmieszności) ze starym porządkiem, który z kolei ucieleśniają w klipie maszerujące z pełnymi walizkami pieniędzy złowrogie postaci wychodzące z Urzędu Skarbowego bez butów. Wstępnie apolityczna narracja o miłości i zdradzie przeplata się z niestroniącą od karykatury historią o transformacyjnym ustanawianiu porządku, przedstawionym tu w klasycznej dynamice walki dobra ze złem.

Reżyserem i autorem scenariuszy do teledysków Magdaleny Pańkowskiej był Antoni Kopff – muzyk, autor tekstów piosenek (m.in. dla Kabaretu Olgi Lipińskiej, Andrzeja Zauchy i Anny Jantar), producent muzyczny i telewizyjny. Również w 1995 roku Kopff nakręcił pełen erotycznych napięć teledysk do piosenki Shazzy *Egipskie noce*, opowiadającej o romansie bogini z Ozyrysem. W klipie oglądamy wnętrze zaaranżowane na egipską świątynię, królestwo władcy podziemi, którego strzegą półnagdy słudzy trzymający w rękach pochodnie. Na planie umieszczono dodatkowo telewizor, w którym wyświetlane są inne wizerunki egipskich bóstw. Spotkanie kapłanki i Ozyrysa wypełnione jest grą seksualności i władzy. Męska władczość jest „przygaszona” erotyzmem dzięki pokazaniu półnagiego ciała Ozyrysa. Z kolei zagubiona postać grana przez Shazzę („nie wiem, skąd jestem, nie wiem, kim jestem”), chociaż oddaje się władcy („jestem już twoja”), to nie traci silnej pozycji kapłanki.

Przemiany globalizującego się świata znalazły odzwierciedlenie w estetyce disco polo. Pragnienie Zachodu (ale również Wschodu jako stałego obiektu zachodnich, orientalizujących fantazji np. o seksualnej wolności) polegało nie tyle na jego skutecznym naśladownictwie – chęci zakrycia czy negacji własnej tożsamości, ile raczej na nadaniu polskiej formie kostiumu; ornamentu, chciałoby się powiedzieć bayeru (zgodnie z poetyką disco polo), który ma służyć zaczarowaniu swojej prowincjonalności, ale bez zaburzania rdzenia rodzimych wartości. Bayerowanie może być dobrym pojęciem opisującym strategię performatywną discopolowca – odnosi się zarówno do imitowania (litera „y” zaklina polską rzeczywistość – „bayer



Teledysk do piosenki Shazzy *Egipskie noce*,
reż. Antoni Kopff, 1995

full” wygląda i brzmi nieco bardziej światowo niż „pełny bajer”) czy też zmyślania na swój temat, jak i kontekstu matrymonialnego, ale również handlowania na bazarze (naciągania). W tym przypadku opisywałoby sposób wywierania wrażenia, próżne imponowanie. Bayerowanie polega zarazem na uwodzeniu i na prezentowaniu swojej doskonałości; jest ono przesadne, dumne i operuje gadżetem. Nie tyle ma prowadzić do sukcesu, ile go przede wszystkim pokazywać. Nawet jeśli źródłowo wynika z poczucia jakiegoś braku w sobie, to nigdy go nie ujawnia...

Źródeł obrazowania, które odsyła do egzotycznych krain, należy upatrywać z jednej strony w zachodnim kolonialnym imaginarium, a z drugiej w uwolnieniu rynku, a więc możliwości podróżowania oraz imperatywie doganiania świata; jednak transformacja ustrojowa nie jest jedyną motywacją takich wyobrażeń. Marzenia o *pueblo*, Hawajach i Kubie były popularne choćby w PRL, w twórczości Tercetu Egzotycznego czy Violetty Villas. Wtedy podobnie, fantazje te były odpowiedzią na codzienną szarżyznę, świadectwem nieskrępowanej (biedą) wyobraźni, wyrazem swawolnej namiętności. O mocy i ponadczasowej symbolice tych pieśni z lat 60. pisze w zbiorze *Hawaikum. W poszukiwaniu istoty piękna* Dariusz Czaja:

„Wykreowany w nich [utworach] świat tropików – nie smutnych przecież, ale ekstatycznie radosnych! – zbudowany został z wyobrażeniowych prefabrykatów wielokrotnego użytku”¹⁰. Użytek poczynili również discopolowcy, przenosząc sentymentalne historie miłosne w egzotyczny sztafaż. Można powiedzieć, że te obrazy z ciepłych krain, choć podbudowane nostalgicznymi fantazjami (tęsknotą za tym, co kojarzy się z wolnością) miały być wizualizacjami praktyk rodzącej się polskiej klasy średniej, dla której Grecja, Tunezja, Maroko i Egipt stawały się głównymi punktami aspiracji na wakacyjnej mapie. To tyle obrazy świata utraconego, ile pocztówki z upragnionej przyszłości. Tym, którzy na taki wyjazd nie mogli sobie pozwolić, discopolowcy przynosili widokówki o terapeutycznej mocy.

Poloterapia

W 1996 roku na łamach „Tygodnika Powszechnego” odbyła się burzliwa dyskusja o stanie kultury lat 90. Spór sprowokował Tadeusz Sobołowski, który w artykule *Pusta plaża (Nowy wspaniały świat disco polo)*, wyraził bezradność wobec mechanizmów kultury masowej, za której najgorszy przejaw uznał disco polo. Krytyk filmowy, nie bez nostalgii, przeciwstawia „kulturę supermarketu” sztuce PRL – poezja i filmy tamtych lat wypełniają według niego romantyczną potrzebę utopii,

ponieważ napędzane są (i napędzają społeczeństwo) pragnieniem wolności. Kino lat 70., filmy Kieślowskiego, Wajdy, Kawalerowicza czy Zanussiiego w interpretacji Sobolewskiego to niemożliwe do odtworzenia dzieła-wehikuly, mające moc przenoszenia do świata „prawdziwie rzeczywistego”, świata harmonii. Disco polo jako znak współczesności wywoływało zatem w krytykach paraliżującą tęsknotę za czasami PRL. Podobnie jak w interpretacji Svetlany Boym ich nostalgia odnosi się nie tyle do konkretnego miejsca, ile do czasu¹¹. Sztuka minionego okresu była, według Sobolewskiego, maszyną produkującą utopię potrzebną do przetrwania. Disco polo staje się w tej wizji tylko synonimem zniewolenia i mylnie rozumiane jest jako przeciwieństwo marzenia:

W momencie, gdy utopia zaczyna być w cenie (bo czy może się bez niej obejść jakiegokolwiek republikański porządek?), nie mamy sposobu, by do niej dotrzeć. Nie umiemy wytworzyć obrazów, które korespondowałyby z marzeniami. Brak nam odbicia, ekranu dla przeżyć wewnętrznych. Zewsząd czyha disco polo. Disco polo wchodzi na miejsce opuszczone przez sztukę¹².

Głos Sobolewskiego w sprawie disco polo był częścią szerszej dyskusji, w toku której na początku lat 90. próbowano zdefiniować pozycję inteligencji w demokratycznym społeczeństwie¹³. Inaczej jednak niż ci, którzy głosili jej odejście czy przemianę w klasę średnią, Sobolewski stara się wzmacniać i wyodrębnić jej tożsamość, stawiając się w opozycji do tego, co uznaje za niskie i kiczowate. Disco polo jest tu, jak w klasycznej definicji kiczu, nie-sztuką; ci, którzy jej nie akceptują, „żyją w Rezerwach Dzikich, tworząc rodzaj zony ze *Stalkera*”¹⁴ – izolujący się (izolowani?) na kształt opisywanych przez Miłosza na początku lat 90. literatów żyjących na wyspach. Tak silną odpowiedź inteligencji na disco polo, która skutkowałą ograniczaniem obecności gatunku w sferze publicznej, Tomasz Zarycki uznaje nawet za jeden z przejawów długiego trwania „inteligenckiej doksy”, czyli znaturalizowanego w wyobraźni społecznej hegemonicznego imaginarium kulturowego polskiej inteligencji, która kształtuje sferę estetyczną oraz wyznacza, co jest normą, a co jest nieprawomocne¹⁵.

Sobolewski nie dopuszcza jednak myśli, że między światem wartości kreowanym przez disco polo a rzeczywistością czasów transformacji ustrojowej istnieje podobny związek, jak ten, który łączy choćby filmy Kieślowskiego i PRL. W jego refleksji brak

jest wniosków o źródłach kryzysu wartości i chaosu estetycznego, które odnosiłyby się na przykład do podziałów warunkujących pozycję w hierarchii społecznej, a więc i dostęp do kultury. Jakkolwiek trudny do zaakceptowania zestaw wartości i praktyk kulturowych disco polo by oferowało, nie jest ono, jak chciałby krytyk filmowy, po prostu pustką, brakiem znaczenia czy jedynie akompaniamentem zmian. Należy je raczej traktować jako wynik przemian ekonomiczno-kulturowych i zarazem reakcję na nie, jako „poloterapię”¹⁶, jak pisał Piotr Bratkowski, oferującą rodzaj języka spajającego wspólnotę. Tym razem to narracja, która nie buntuje się przeciwko kapitalistycznym zmianom (nie buntuje się również dlatego, że jest dzieckiem transformacji), ochoczo korzysta z rynkowych przywilejów, fantazjuje o nieograniczonej konsumpcji, ale – pod osłoną nowej, imitacyjnej formy – równie mocno dba o nienaruszalność tradycyjnych wartości, w których hierarchii najwyżej plasują się miłość, ojczyzna i rodzina.

Dlatego – nieprzypadkowo – piosence zespołu Bayer Full (o której mówi się, że ma potencjał nowego hymnu¹⁷), mogą towarzyszyć obrazy układające się w krótką historię ojczyzny – historię wielkich nazwisk, umęczonego ludu, emigracji i powrotu do kraju. W teledysku do utworu *Wszyscy Polacy to jedna rodzina* (1995), ujęcia trzymającego się za ręce i kołyszącego w rytm piosenki tłumy, przerywane są na przemian obrazami innych polskich „tłumów” zjednoczonych w patriotycznym i religijnym afekcie (ludzi słuchających papieża, idących w pielgrzymkę, zgromadzonych na stadionie czy rozganianych przez policję) oraz podobiznami siłaczy prężących mięśnie i scenami z Bolesławem Bierutem, Władysławem Gomułą, Edwardem Gierkiem, Lechem Wałęsą, Janem Pawłem II, a także z obrad Okrągłego Stołu. Kompilację opatrzonych obrazów z chwil ważnych dla Polaków wieńczą ujęcia odpływającego statku emigrantów i odlatującego samolotu oraz pocztówkowe ujęcia Ameryki. Chociaż ta amatorska kompozycja składa się z obrazów o niejasnym statusie (trudno zidentyfikować, gdzie konkretnie miały miejsce niektóre z przedstawionych wydarzeń), to układają się one w przewidywalną, heroiczno-martyrologiczną wizję historii w wersji pop, kończącą się ostatecznym zbrataniem („a kiedy z Polski wyjechałeś gdzieś, to nawet po latach my rozpoznamy się” – śpiewa Bayer Full).

Warto tu przywołać interesującą analizę Anny Kowalczyk, która pisze, że disco polo, poza oczywistymi inspiracjami muzycznymi z Zachodu, ma swoje źródła w piosence ulicznej z okresu międzywojnia oraz peerelowskiej wiejskiej, amatorskiej muzyce

królującej na zabawach (innej niż ówczesznie uznawana oficjalnie za ludową)¹⁸.

Istotną inspiracją była również nostalgiczna, opiewająca ojczyznę muzyka tworzona przez kapele polonijne w Stanach Zjednoczonych (jak Polskie Orły, Mały Władzio, Biało-Czerwoni, Bobby Vinton), która przyływała zza oceanu na pocztówkach dźwiękowych i krążyła później poza oficjalnym obiegiem kultury. To między innymi do twórczości Polskich Orłów sięgnął zespół Top One, nagrywając na swoją pierwszą kasetę sentymentalnego *Białego misia* w stylistyce italo disco. Z kolei po 1989 roku zespoły disco polo zyskują ogromną popularność wśród emigranckiej publiczności i odbywają swoje pierwsze zagraniczne trasy koncertowe do jej największych skupisk.

Bayer Full rekwizyty „polskości” wykorzystuje również w innych teledyskach. Najczęściej towarzyszą one piosenkom o wspólnocie – jak w wideoklipie do utworu *Polski duch* („on bimber, koniaczek wciąż pije”), w którym oglądamy zespół oraz tancerzy ubranych w stroje góralskie. W dalszych ujęciach zabawa przenosi się do chaty, gdzie w zaskakująco wystawnych (jak na góralskie) wnętrzach – na tle rozpalonego kominka i za stołem zastawionym alkoholem – biesiadują ubrani w białe koszule mężczyźni wraz z wokalistą zespołu.

Ujęcia płomieni z kominka, zbliżenia na pełne szklanki („nalewaj, nalewaj, tylko nie przelewaj”) i śpiewającego Świerzyńskiego o alkoholu jako sensie życia („spiryt dla nas życiem”) przeplatają się ze scenami tańca z ciupagami przy ognisku. Z kolei w produkcji teledysków do piosenek *Hej Sokoły* oraz *Wiatr miłości*, Bayer Full – by obudzić ducha polskiego rycerstwa – skorzystał z mundurów przypominających ułańskie. W *Wietrze miłości* członkowie zespołu przemieniają się w polską kawalerię: odnajdują w lesie zagubioną dziewczynę zbierającą drewno, a potem odtwarzają sceny z życia szlachty – w murach zamku walczą na szable, grają w szachy, tańczą menueta i biesiadują.

Disco polo traktowane jako wykwit polskiej kultury masowej służyło za potwierdzenie diagnozy postawionej przez Marię Janion w 1992 roku – miało być symptomem zmierzchu romantycznego paradygmatu¹⁹. Pisali tak zarówno Tadeusz Sobolewski, jak i Piotr Bratkowski²⁰, obaj upatrując postromantycznych właściwości tej estetyki w braku buntu i pogodzeniu z rzeczywistością. Nie zauważają oni jednak, że disco



Teledysk do piosenki *To nie USA* zespołu Boys, reż. Marek Sierocki, 1993. Wokaliści siedzą na posągu przedstawiającym kobietę z rylcem, który stoi przed PKiN

polo (w latach 90. szczególnie) bardzo często wzmacniało ideę wspólnoty narodowej. Język ten i obrazy są, rzecz jasna, dalekie od tyrtejskiego patosu i pełnego powagi heroicznego poświęcenia (ofiarność wobec ojczyzny zamienia się tu w oddanie ukochanej), ale można je oglądać jako pochodną „polskiej formy” w prowincjonalnym wydaniu, która garściami czerpie z „romantycznej rekwizytorni”²¹. Nie unieważniają one bowiem historii, ale aktualizują tradycję w jej popkulturowej formie; warunkiem możliwości ich zaistnienia w sferze publicznej było uwolnienie kultury od centralnego planowania oraz wizji uciszonego ludu nieodłącznej od etosu inteligencji²².

Na potransformacyjny patriotyzm, a nawet symptomy nacjonalizmu, w disco polo wskazywał Leszek Koczanowicz w artykule *Postkomunizm i muzyka pop: zniszczenie czy odbudowa pamięci w disco polo*. Tropił polityczne wątki w „rdzennej muzyce popularnej” i zauważał, że disco polo jako rodzaj ideologii jest amalgamatem różnych wartości, niejednokrotnie stojących ze sobą w sprzeczności i tworzących interesującą siatkę zależności. Według badacza retoryka disco polo wzmacniała szlachecko-nacjonalistyczne imaginarium, w którym wszyscy Polacy są „nosicielami” tradycji staropolskiej i mają szlacheckie korzenie. Disco polo formułowało konkretną narrację o przeszłości, w której, jak pisze Koczanowicz, „Polacy, chociaż Europejczycy, czy im się to podoba, czy nie, mentalnie należą do świata Wschodu za sprawą swojego słowiańskiego charakteru, a Polska stoi w opozycji do Zachodu i tego, co za zachodnie jest uznane”²³. Mocna teza Koczanowicza prowokuje, by na disco polo spojrzeć jak na jeden z wariantów kontynuacji paradygmatu romantycznego. Wynosi bowiem ono na piedestał własną, peryferyjną tożsamość przez akcentowanie w niej tego, co polskie. Relacja z Zachodem nie jest jednak tak jednoznaczna, jak ją opisuje Koczanowicz. Ameryka w konstruowanym imaginarium, nawet, jeśli nie stoi w jego centrum, to stanowi filtr, przez który patrzy się na siebie. Tożsamość Polaka rozgrywa się w rozdarciu między tym, co rodzime, a tym, co światowe. Być może w najbardziej interesujący sposób rozszyfrował ten mechanizm Piotr Bratkowski, identyfikując go jako „uświatowienie swojskości”: „w jej ramach [filozofii disco polo] swojskość wcale nie jest w ostrej opozycji do obcości świata zewnętrznego, lecz wartości te prowadzą ze sobą grę, która ma służyć



Teledysk do piosenki *Co ty mi dasz* zespołu Mig, 2000. Wokaliści stoją na jednym z białostockich dachów

psychoterapii słuchaczy”²⁴. Opisywana swojskość jest w tej grze kodowana za pomocą triady: dom-rodzina-ojczyzna, a to, co zachodnie, jest nieustannie konfrontowane z polską tradycją (a nie z tym, co na przykład regionalne).

Dialektyka polskości i światowości rządzi piosenką Boys *To nie USA*, do której teledysk w 1993 roku zrealizował Marek Sierocki. W utworze rozważana jest możliwa emigracja do Stanów Zjednoczonych, gdzie „masę krewnych masz” i „będziesz żył jak pan”. Jednak sprytny podmiot liryczny pozostaje rozdarty, ponieważ jest jednocześnie przekonany, że perspektywa życia w Polsce jest o bardziej korzystna: „w moim kraju jest łatwiej żyć, trzeba obrotnym być”. Refren piosenki („Hej hej hej, to nie USA, tutaj się życia nauczysz! Haj, haj, haj, to jest właśnie mój kraj, znajdziesz w nim wyśniony raj”) może wprowadzać w konsternację – czy to nieobecna raczej w disco polo gra ironii, czy może szczere dowartościowanie wysiłków życia w Polsce, swoista martyrologia czasów transformacji? Wizualizacja tego dylematu również ma dwuznaczny charakter. Zestawienie w niej obrazów z Nowego Jorku i Warszawy powiela imperatyw doganiania wzoru amerykańskiej metropolii, ale jednocześnie „monumentalność” polskiej stolicy ma pomóc w oswajaniu transformacyjnej rzeczywistości – nie wszędzie przecież tak niebosiężnej, jak w Warszawie. Ujęcia nowojorskich wieżowców, rozpoznawalnych żółtych taksówek i Statuy Wolności mieszają się ze zdjęciami Kolumny Zygmunta, warszawskiej Starówki, pomnika Fryderyka Chopina i Pałacu Kultury i Nauki. Można powiedzieć, że Pałac Kultury staje się w teledysku nie tyle symbolicznym wyznacznikiem polskiej metropolitalności, ile raczej punktem odniesienia dla pozawarszawskiej prowincji, zaprzęgniętym w grę aspiracji. Modnie i jednakowo ubrani w obszerne czerwone garnitury wokaliści podełckiego zespołu Boys²⁵ śpiewają, obejmując socrealistyczne posągi dyskobola oraz kobiety z rylcem stojące przed Pałacem. Raz zatem osłabiają (przez efekciarskie zestawienie obrazów dwóch miast), a raz wzmacniają (przez karykaturalność, która obnaża ich nieporównywalność) peryferyjny element swojej tożsamości. Teledysk do piosenki *To nie USA* można uznać za prototyp dla późniejszych obrazów disco polo, które były manifestacją dumy z postępującej modernizacji.

W zbliżonej poetyce utrzymany jest bardzo popularny, wielokrotnie parodiowany, wideoklip do piosenki *Co Ty mi dasz* (2000) zespołu Mig. Wokaliści śpiewają, stojąc na dachu białostockiego Hotelu Gołębiowski, na nowym wiadukcie, dwupasmówce, w podziemnym garażu – przywołują zatem obiekty-znaki miejskiego

unowocześnienia. W teatralnym geście opanowują przestrzeń modernizujących się peryferii, chociaż ich wyniosłość miesza się z biednym strojem i miłosnymi prośbami o uwagę ukochanej. Charakterystyczna dla estetyki disco polo, obecna w wielu teledyskach, triumfalna postawa mężczyzny z rozłożonymi ramionami wyraża dumę i jednocześnie pomaga wzmocnić „mocny” męski wizerunek wokalistów wyśpiewujących miłosne wyznania. Przeplatające te ujęcia kolorowe, amatorskie animacje komputerowe z jednej strony infantylizują cały przekaz, ale z drugiej są przecież popisem (nowo) zdobytych umiejętności obróbki obrazu.

Paradoksalne może więc wydawać się traktowanie disco polo jako „stylu przyszłości” – a tak wykorzystano go w prezydenckiej kampanii wyborczej w 1995 roku, kiedy Aleksander Kwaśniewski, kandydat postkomunistycznego Sojuszu Lewicy Demokratycznej oraz Waldemar Pawlak z Polskiego Stronnictwa Ludowego zaprosili do współpracy zespoły disco polo. Kierowali się oni obowiązującą modą, ale być może wyczuli też w niej potencjał wspólnotowości, propozycję nowego, perswazyjnego języka, który mógłby jednoczyć wyborców. W przypadku Waldemara Pawlaka wykorzystanie piosenki zespołu Bayer Full *Prezydent* było ukłonem w stronę stałego elektoratu partii, czyli wsi i rolników, wśród których było wówczas najwięcej wielbicieli disco polo. Spot rozpowszechniany na kasetach wideo w czasie spotkań wyborczych²⁶ wydobywa bliskie Pawlakowi wartości tradycyjne. Koncertowe nagranie z piosenką wyborczą poprzedza kompilacja zdjęć z rodzinnego albumu polityka oraz przemówienie, w którym przekonuje on, że „lepsze życie można budować z Zachodem, można budować ze Wschodem, ale przede wszystkim trzeba budować z własnym narodem” i podkreśla swoje pochodzenie z małej miejscowości. Częścią spotu wyborczego jest – włączona pół żartem, pół serio jako część „archiwum rodziny Pawlaków” – scena z filmu *Sami swoi* (reż. Sylwester Chęciński, 1967), w której Leonia Pawlak przekonuje rodzinę o konieczności samodzielnego wymierzenia sprawiedliwości i wręcza synowi granat.

W kampanii Aleksandra Kwaśniewskiego, który wygrał wybory, disco polo miało być nośnikiem i zarazem zapowiedzią nowego stylu – „wybierzmy przyszłość oraz styl” śpiewał zespół Top One w piosence *Ole! Olek*²⁷. Estetyka disco polo miała potencjał nie tyle użytecznego wehikułu przenoszącego do przyszłości, ile narzędzia odcięcia się od komunistycznej przeszłości. Była kostiumem „grubej kreski”. Styl w piosence promującej Kwaśniewskiego miał łączyć to, co popularne (czy też najbardziej ludowe w latach 90.), z nowoczesnością, otwartością, a nawet międzykulturowością.

Takiemu wizerunkowi sprzyjała współpraca zespołu Top One z muzykiem Danielem Osafo Oware, pochodzącym z Ghany – między innymi z nim Kwaśniewski tańczy w spocie wyborczym²⁸. Paradoksalnie więc nośnikiem „nowego stylu” służącego do zapominania niechcianej historii stała się estetyka, która swoje źródła czerpie w przeszłości, kiedy to muzyka chodnikowa uznawana była za nieistotną – nie mieściła się w oficjalnej wizji władzy o polskiej kulturze i muzyce ludowej.

„Polskie społeczeństwo jest disco polo”

Materialność wczesnych teledysków disco polo oglądanych dziś – pikselizacja, amatorskie grafiki komputerowe, widoczna „ziarnistość” obrazu – prowokuje nostalgiczne spojrzenie, które doceniałoby postmodernistyczną estetykę usterki, celebrowałoby porażkę i wynikający z niej szum komunikacyjny lub też upodobałoby sobie kampowe przegięcie – raczej fasadowe, bo nieprzekraczające patriarchalnej heteronormy. Ale to, co dziś wprawne oko może interpretować jako wizualny błąd (pytanie, czy kryje on w sobie jakiś nienormatywny potencjał), było pierwotnie dumną ekspresją możliwej w ówczesnych warunkach perfekcji, próbą raczej wzmocnienia tożsamości niż wymknięcia się jej ciasnym ramom.

Stawką nie jest tu bowiem jedynie wywrócenie hierarchii i doraźna zmiana aksjologii. W ten sposób przeoczyć można na przykład to, że disco polo, wyrażające swoją „niezależność” odzyskaną po peerelowskim okresie wyciszenia, ociera się przecież w niektórych przypadkach o (wielką) narrację ojczyźnianą, choć w formie właściwej wiejskiemu festynowi pomieszanemu z karnawalem kapitalizmu. Ważna w badaniu disco polo – i szerzej – popkultury byłaby przede wszystkim świadomość konsekwencji, jakie niosą podziały społeczne dla epistemologii. Celem byłoby więc nie tyle proste dowartościowanie wykluczanej i napiętnowanej estetyki (takie myślenie nadal pozostaje w granicach polskiego zakłętego kręgu chłopomanii i chłopofobii), ile raczej szerokie spojrzenie na ten obszar kultury jako uniwersalne pole skupiające większość ówczesnych napięć, badanie go na równi z innymi obrazami i tekstami kultury oraz rozpoznanie i zrozumienie mechanizmów społeczno-estetycznych warunkujących jego pozycję w zhierarchizowanej sferze publicznej.

Małgorzata Potocka, cytowana przez Mariusza Szczygła, powiedziała, że „polskie społeczeństwo jest disco polo”²⁹. Ta hiperbola może niektórych śmieszyć albo

drażnić, ale jej gramatyczna niepoprawność naprowadza na pewien pojęciowy potencjał kryjący się w „discopolowatości”. Z powodzeniem zastępuje ono określenie „obciachowe” czy „kiczowate”, nierzadko arbitralnie używane jako przezroczyste, normatywne epitety, nieświadome relacyjnego charakteru każdego sądu smaku. Obrazy disco polo każą dyskutować o gustach i co rusz zadawać pytania: kto i dlaczego nadaje znaczenia? Kto je odczytuje? Jakie relacje władzy zachodzą między nosicielami gustów? Disco polo należy rozumieć jako zjawisko historyczne, w którym materializuje się to, co przed 1989 rokiem w sferze publicznej było marginalizowane. Obejmuje ono szereg obrazów i praktyk kulturowych, których widzialność determinował podział społeczny, sam przez te obrazy stymulowany. Inaczej niż kicz – definiowany jako obraz skrajnie wyidealizowany – obraz społeczeństwa disco polo oznaczałby z dzisiejszej perspektywy coś niedoskonałego, choć w latach 90. mającego spełniać potrzeby i funkcje doskonałości. Obraz podszyty nostalgią za tym, co kojarzy się z wolnością (szczególnie seksualną i jedynie heteroseksualną), ale w czasach „końca historii” będący wyrazem dumy z kapitalistycznego „tu i teraz”.

Tak rozumiane pojęcie należałoby umieścić w szerszym polu transformacyjnych społeczno-kulturowych narracji, które dotyczyły klas niższych i ich miejsca we wspólnocie. Z jednej strony, jak już wspominałam, prowincja przedstawiana była jako apatyczna, bierna, roszczeniowa, niedorastająca do kapitalistycznej „normalności”. Z drugiej strony, to, co prowincjonalne w Polsce transformacyjnej, znajduje ekspresję w postmodernistycznej idei małych ojczyzn obecnej głównie w literaturze. Teresa Walas w studium *„Zmierzch paradygmatu” – i co dalej?*, które warto czytać jako rozwinięcie przywołanej diagnozy Marii Janion, pisała, że idea małych ojczyzn to rodzaj „bezpiecznego patriotyzmu” i jako taka jest aktualizacją romantycznej formacji kultury w wariacie „rozszerzającego powtórzenia ze zmianą”³⁰. Jest ono możliwe dzięki łączącej postmodernizm i romantyzm decentryczności, „która przynosi dowartościowanie prowincji, lokalności oraz bezpośredniego zakorzenienia”³¹. Disco polo można by uznać za jedną z wersji tego wariantu, ale – przeciwnie do małych ojczyzn – chociaż wywodzi się ono i jest ekspresją prowincji, to raczej tę kondycję chce przekroczyć, stara się być bliższe, by tak rzec, „wielkiej ojczyźnie”. Co więcej, wbrew wyobrażeniom o niedorastaniu prowincji do nowych, kapitalistycznych wzorców, disco polo marzy o konsumpcji i konsumuje: prezentuje się jako zaprzeczenie habitusu *homo sovieticus* i, choć

uznawane za profanację inteligenckiej wizji sztuki, to już profanum wobec nowego, neoliberalnego porządku nie jest.

Estetyka disco polo aktywnie współkształtowała nowe strategie identyfikacyjne Polaków w latach 90. Uciążliwa prowincjonalność była w obrazach disco polo zestawiana zazwyczaj z konstruowaną „monumentalnością” (najczęściej miejską) i konfrontowana z „wielkością” Zachodu. Jednocześnie discopolowiec, choć próbował imitować zachodnie postawy i przywoływał obrazy Zachodu, pewnośc siebie budował przede wszystkim na dumie z polskości. Najlepiej, jak sędzę, tę grę tożsamości pokazał zespół Medical w teledysku do piosenki *My Polacy* (1996). Disco polo jako gatunek muzyczny staje się w tym utworze wyznacznikiem (megalomańskiej) polskiej tożsamości („jazz grają Murzyni, rocka grają w koło, a my wszyscy, my Polacy, kochamy disco polo”). W wideoklipie oglądamy pocztówki z Rzymu, Wiednia i Paryża, by potem zobaczyć maszerujących pewnym krokiem przez warszawską Starówkę trzech wokalistów. Warszawa jest pokazana jako miasto, które swym blaskiem ma dorównywać innym europejskim metropoliom (choć blask ten nieprzekonujący, bo zdjęcia kręcono zimą). Stolica ma być dumnym centrum, a disco polo muzyką nowych czasów – wyprzedza rocka (czasy buntu i Jarocina), jednoczy wszystkich Polaków i ma ponadczasową moc³²: „gdyby teraz żył Łokietek, też by śpiewał polo” – wieści z satysfakcją Medical.

Tutaj ujawnia się również inne znaczenie tytułowego bayeru. Z jednej strony, tak jak pisałam, odnosi się on do uwodzenia dziewczyny czy też publiczności. Z drugiej jednak, bayerowanie może również opisywać sposób konstruowania polskiej tożsamości we wczesnym kapitalizmie. Choć nie jest ono pozbawione mechanizmów imitacyjnych, to inaczej niż w przypadku narracji i obrazów mających konstruować tożsamość nowej klasy średniej³³, bayerowanie nie byłoby mechanizmem aspiracji, ile raczej niewolną od patriotycznych akcentów dumną ekspresją samozadowolenia. W takim rozumieniu bayerujący nie tyle uwodzi adresatkę swoich miłosnych wyznań, ile przede wszystkim samego siebie.

Przypisy

- 1 Zastąpienie przymiotnika „chodnikowa” nazwą „disco polo” datuje się na około 1993 rok, a jej autorstwo przypisuje Sławomirowi Skręcie, właścicielowi Blue Star – pierwszej wytwórni fonograficznej disco polo. Skręta miał inspirować się gatunkiem italo disco. Zob. Wojciech Filar, *Fenomen muzyki disco polo w kontekście polskiej kultury popularnej lat 90.*, „Kultura Popularna” 2014, nr 1, s. 114.
- 2 Zob. Anna Kowalczyk, *Krótką historia disco polo*, „Wiedza i Życie” 1997, nr 9, <http://archiwum.wiz.pl/1997/97093200.asp>, dostęp 4 stycznia 2016
- 3 Piosenka powstała w 1991 roku zainspirowana telewizyjną reklamą mydła Fa i znalazła się na kasecie z utworami wykonywanymi przez aktora Marka Kondrata oraz piosenkarkę Marlenę Drozdowską (współpracowała między innymi z kabaretem pod Egidą). Muzykę skomponował Andrzej Korzyński (kompozytor muzyki filmowej, w tym do *Człowieka z marmuru* Andrzeja Wajdy, pomysłodawca postaci Franka Kimono), a wśród autorów tekstów piosenek, które są pastiszami muzyki chodnikowej i jednocześnie ironicznymi komentarzami do ówczesnej sytuacji społeczno-politycznej, był reżyser i scenarzysta Marek Koterski. *Mydło Fa*, mimo pierwotnego, prześmiewczego zamysłu, weszło do kanonu piosenki disco polo.
- 4 Zob. Józef Tischner, *Etyka solidarności oraz Homo sovieticus*, Znak, Kraków 1992; Piotr Sztompka, *Trauma wielkiej zmiany. Społeczne koszty transformacji*, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2000.
- 5 Teresa Bogucka, *Triumfujące profanum. Telewizja po przełomie 1989*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2002.
- 6 Marcin Kącki, *Białystok. Biała siła, czarna pamięć*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015, s. 144.
- 7 Obok teledysków za obrazy współkształtujące estetykę disco polo należy uznać reprodukowane na masową skalę okładki kaset magnetofonowych (przedstawiające głównie wizerunki wykonawców) oraz bogate graficznie, niszowe pisma poświęcone gatunkowi, wydawane w latach 90.: *Super Disco po Polsku*, *Disco Polo* oraz *Disco Hit*. Por. Zofia Woźniak, *Fenomen disco polo i jego miejsce w polskiej kulturze lat dziewięćdziesiątych*, „Etnografia Polska” 1998, z. 1–2, s. 192.

8 Zob. podstawowe teksty rekonstruujące historię disco polo jako gatunku muzycznego i zjawiska polskiej kultury lat 90.: Anna Kowalczyk, *Krótką historia disco polo...*; Zofia Woźniak, *Fenomen disco polo...*; Wojciech Filar, *Fenomen muzyki disco polo...*; Olga Wachcińska, *Disco polo kontynuacją folkloru? Rozwój muzyki chodnikowej i jej charakterystyka w kontekście rodzimej twórczości ludowej*, „Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne” 2013, nr 3, s. 87–102.

9 Archiwalne odcinki programu *Disco Relax* oraz *Disco Polo Live* cieszą się dziś dużą popularnością w serwisie internetowym YouTube oraz w telewizji Polo TV. Do rosnącej popularności disco polo przyczyniły się zarówno dziś, jak i w latach 90. komercyjne stacje radiowe, np. białostockie Radio Jard, Vox FM, czy Radio Eska.

10 Dariusz Czaja, *Piękny Hawaj. Egzotyka i pieśń*, w: *Hawaikum. W poszukiwaniu istoty piękna*, red. M. Kozień, M. Miskowicz, A. Pankiewicz, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015, s. 69.

11 Zob. Svetlana Boym, *The Future of Nostalgia*, Basic Books, New York 2001.

12 Tadeusz Sobolewski, *Pusta plaża*, „Tygodnik Powszechny” 1996, nr 31, s. 5.

13 Zob. artykuły zgromadzone w zbiorze *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, red. P. Śpiewak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000; tu szczególnie podrozdział *Spór o inteligencję*.

14 Tadeusz Sobolewski, *Pusta plaża...*

15 Tomasz Zarycki, *Ideologies of Eastness in Central and Eastern Europe*, London: Routledge, 2014, s. 84–85 oraz Tomasz Zarycki, Tomasz Warczok, *Hegemonia inteligentka: kapitał kulturowy we współczesnym polskim polu władzy – perspektywa „długiego trwania”*, „Kultura i Społeczeństwo” 2014, nr 4, s. 27–49.

16 Piotr Bratkowski, *Wenus i Tarzan na sylwestra*, „Gazeta Wyborcza” z 1 grudnia 1996, s. 19.

17 Zob. film dokumentalny *Bara Bara* w reżyserii Marii Zmarz-Koczanowicz i Michała Arabudzkiego z 1996 roku.

18 Anna Kowalczyk, *Krótką historia disco polo...*

19 Zob. Maria Janion, *Czy będziesz wiedział, co przeżyłeś*, Wydawnictwo Sic!,

Warszawa 1996.

20 Piotr Bratkowski, *Wenus i Tarzan na Sylwestra...*

21 Teresa Walas, „Zmierzch paradygmatu” – i co dalej?, w: eadem, *Zrozumieć swój czas. Kultura polska po komunizmie*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2003, s. 177.

22 Ibidem.

23 Leszek Koczanowicz, *Postkomunizm i muzyka pop: zniszczenie czy odbudowa pamięci w disco polo*, w: idem, *Polityka czasu. Dynamika tożsamości w postkomunistycznej Polsce*, Wydawnictwo Naukowe DSW, Wrocław 2009, s. 169.

24 Piotr Bratkowski, *Wenus i Tarzan na sylwestra...*, s. 18.

25 Warto zwrócić uwagę, że, inaczej niż np. w kapelach rockowych, stałym element wizerunku discopolowców w latach 90. była jego unifikacja – wokaliści są ubrani tak samo.

26 Dominika Wielowieyska opisuje rozmach, z jakim Waldemar Pawlak prowadził kampanię prezydencką. Uczestnicy jego spotkań otrzymywali reklamówki z materiałami wyborczymi, a w nich: „»Zielony Sztandar« poświęcony osobie kandydata, pismo »Strażak« (a w nim fotografia Pawlaka w mundurze strażackim) i kaseta wideo”. Zob. Dominika Wielowieyska, *Pawlak na wideo*, „Gazeta Wyborcza” z 20 października 1995 roku.

27 Za ciekawostkę można uznać mało znany fakt, że zespół Top One, zawiedziony współpracą z Kwaśniewskim, na jednej ze swoich kaset umieścił przeprosiny za udział w kampanii prezydenckiej. Tekst „Przepraszamy cię Polsko, za to, cośmy tobie uczynili. Nieświadomi, zmieniliśmy losy twoje. Nas samych nędznie okłamali, za co nawet srebrników garści nie dali” jest słyszalny podczas odtwarzania kasety „od tyłu”. Por. https://www.youtube.com/watch?v=Gtq_2zrs5CE, dostęp 4 stycznia 2016.

28 Współpraca z muzykami i tancerzami pochodzącymi z innych krajów była wówczas popularna wśród niektórych formacji disco polo i służyła między innymi wzmocnieniu ich nowoczesnego wizerunku. Członkiem zespołu Skaner był raper Franky pochodzący z Sudanu, z którym zespół nagrał kilka albumów. Z kolei zespół

Top One współpracował z raperem Frankem Evansem (MC Ghana), z którym w 1994 wyprodukował kasetę *Dzieci Europy*, a jego zdjęcie umieścił na okładce. Warto też wspomnieć w tym kontekście o Romach, którzy również współpracowali z zespołami disco polo; tzw. muzykę cygańską często uważa się zresztą za jeden z nurtów gatunku.

29 Mariusz Szczygiał, Wojciech Staszewski, *Usta są zawsze gorące*, „Gazeta Wyborcza” z 6 maja 1995 roku.

30 Teresa Walas, *„Zmierzch paradygmatu” – i co dalej...*, s. 208.

31 Ibidem.

32 O pewnego rodzaju „ponadczasowości” disco polo świadczyć może jego dzisiejsze, ogromne powodzenie. Wydaje się, że nie pozostaje ono bez związku z nasileniem się w Polsce (jak i w Europie) nastrojów i postaw nacjonalistycznych. W 2011 roku na antenie telewizji Polo TV reaktywowano program *Disco Polo Live*, a w 2012 *Disco Relax*. Polo TV jest obecnie najchętniej oglądaną muzyczną stacją telewizyjną w Polsce. W 2014 roku Telewizja Polsat uruchomiła oddzielny kanał Disco Polo Music, poświęcony disco polo i muzyce biesiadnej. Do wzrostu popularności gatunku, oprócz telewizji, przyczynia się również jego szeroka dostępność w serwisie internetowym YouTube. O popularności kanału Polo TV, zob. Michał Kurdupski, *Polo TV liderem wśród kanałów muzycznych*, „Wirtualnemedi.pl” z 14 maja 2014, <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/polo-tv-liderem-wsrod-kanalow-muzycznych-stars-tv-o-307-proc-do-gory/page:1>, dostęp 4 stycznia 2016.

33 Zob. Magda Szcześniak, *Normy widzialności. Tożsamość w czasach transformacji*, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2016 (w druku).