

**Łukasz Jędrzejcki**

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie  
orcid.org/0000-0002-2632-9117

## **Polityka i politycy w publicystyce „Mody i Życia”**

### **Politics and politicians in the journalism of „Moda i Życie” [„Mode and Life”]**

**Słowa kluczowe:** prasa, kobiety, polityka, Polska Zjednoczona Partia Robotnicza, „Moda i Życie”

**Keywords:** press, women, politics, Polish United Worker Part, „Moda i Życie” [„Mode and Life”]

#### **Abstract**

Periodical „Moda i Życie” [„Mode and Life”] was a first magazine for a woman in the new post-war political reality. Important functions the magazine was a functions information and propaganda. In the scientific sketch was presented political communication process on the pages magazine. In sketch the following research questions were posed: (1) What was the press profile of the magazine under review? (2) How were the most important political events presented in the political agenda of the periodical? (3) How were the rituals of Stalinism with women (eg celebrations of the International Women’s Day) presented?

#### **Wprowadzenie**

W niniejszym szkicu prasa dla kobiet definiowana jest jako zespół wydawnictw prasowych, pojawiających się na rynku wydawniczym od 1945 roku, adresowanych do żeńskiej części społeczeństwa. Prasa dla kobiet w Polsce Ludowej, a od 1952 roku Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (dalej PRL), posiadała zespół cech charakteryzujący poszczególne tytuły prasowe adresowane do kobiet na rynku wydawniczym w powojennej Polsce. Do stałych cech prasy dla kobiet można było zaliczyć, między innymi, specjalistyczny profil prasowy odpowiadający pochodzeniu, wykształceniu i zainteresowaniom czytelniczek. Swoistym atrybutem wyróżniającym prasę dla kobiet była forma prasowa. Wydawano zazwyczaj

ilustrowane, wysokonakładowe magazyny. Głównymi tematami występującymi na łamach analizowanego typu prasy były sprawy związane z modą, kobiecą estetyką, życiem rodzinnym, prokreacją. W początkowym okresie funkcjonowania prasy dla kobiet, w powojennej rzeczywistości politycznej, problematyka polityczna w agendzie prasowej sytuowana była na dalszym planie, stanowiąc niejako tło dla głównych wątków przekazu komunikacyjnego, wyszczególnionych powyżej<sup>1</sup>.

Celem niniejszego szkicu jest przedstawienie procesu komunikowania politycznego na łamach jednego z pierwszych magazynów dla kobiet po II wojnie światowej, jakim była „Moda i Życie”. Problematykę prasy dla kobiet w PRL, w dostępnej literaturze przedmiotu, współcześnie poruszała, między innymi, Zofia Sokół<sup>2</sup>. Badania z powodzeniem prowadzi obecnie Małgorzata Dajnowicz z Uniwersytetu w Białymstoku<sup>3</sup>. Cezury czasowe, spożytkowane przy analizie materiału badawczego, obejmują lata 1949–1953. Data początkowa związana jest z przekształceniem pisma „Moda i Życie Praktyczne” w tytuł „Moda i Życie”. Data końcowa wiąże się również z dwoma ważnymi wydarzeniami, zarówno w historii redakcji, jak i dziejach PRL. W roku 1953 czasopismo „Moda i Życie” przestało się ukazywać pod wskazanym tytułem, przekształcając się w tytuł „Kobieta i Życie”. Na rok 1953 przypadała ważna data w historii politycznej PRL. Dnia 5 marca 1953 roku zmarł przywódca Związku Socjalistycznych Republik Radzieckich (ZSRR) Józef Stalin. W niniejszym szkicu uwaga badawcza została skupiona na następujących kwestiach: (1) Jak prezentował się profil prasowy badanego czasopisma?, (2) W jaki sposób zaprezentowane były najważniejsze wydarzenia o charakterze politycznym w agendzie politycznej periodyku?, (3) W jaki sposób prezentowano rytuały stalinizmu z udziałem kobiet (na przykład obchody Międzynarodowego Dnia Kobiet)? Postawione pytania badawcze nakreśliły kształt szkicu naukowego. Tekst składa się z czterech części. W pierwszej przedstawiono profil prasowy pisma wraz z zespołem redakcyjnym. W kolejnych zaprezentowano najważniejsze

<sup>1</sup> Inne sposoby definiowania prasy dla kobiet można odnaleźć w publikacji: Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Rzeszów 1998, s. 8–9.

<sup>2</sup> Z. Sokół, *Wzór osobowy kobiety i model rodziny na łamach prasy kobiecej (1945–1990)*, [w:] *Polskie oblicza feminizmu: materiały z konferencji „Polskie oblicza feminizmu”*, red. W. Chańska, D. Ulicka, Warszawa 2000, passim.

<sup>3</sup> Zob. M. Dajnowicz, *Wzorce aktywności publicznej kobiet w początkach transformacji ustrojowej w Polsce w świetle „Kobiety i Życia” i „Urody” (1989–1995)*, [w:] *Drogi kobiet do polityki (na przestrzeni XVIII–XXI wieku)*, red. eadem, T. Kulak, Wrocław 2016, s. 417–443; eadem, „Zwierciadło” – platforma polityczna Ligi Kobiet w okresie PRL (1957–1961, 1982–1989), „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2017, t. 20, z. 3, s. 69–70; eadem, *Działalność Społeczno-Obywatelskiej Ligi Kobiet w świetle „Naszej Pracy” (1947–1949)*, [w:] *Polityka i politycy w prasie w XX i XXI wieku*, red. eadem, A. Miodowski, Białystok 2016, s. 295–307; eadem, „Walka o pokój” w wypowiedziach propagandowych publikowanych na łamach „Naszej Pracy” – biuletynu Ligi Kobiet (1947–1953), [w:] *Bezpieczeństwo Europy – bezpieczeństwo Polski*, t. 5, red. E. Maj, W. Sokół, A. Szwed-Walczak, Ł. Jędrzejski, Lublin 2017, s. 409–421.

wydarzenia polityczne, które znalazły się na łamach magazynu. Ukazano również propagandowy sposób prasowego obrazowania obchodów Dnia Kobiet oraz lansowany typ stalinowskiej kobiecości. Prezentowany szkic ma charakter problemowy, z zachowaniem ram temporalnych. Do przeprowadzenia procedury badawczej zastosowano technikę egzegezy źródeł, które stanowiły archiwalne wydania magazynu. W artykule spożytkowano również szereg monografii, artykułów naukowych o problematyce kobiecej w Polsce stalinowskiej.

### Profil prasowy periodyku

Analizując proces kształtowania się komunikowania politycznego na łamach periodyku „Moda i Życie”, należy pokrótce sięgnąć do genezy pisma oraz jego profilu prasowego. Plany powstania pierwszego w powojennej Polsce magazynu dla kobiet pojawiły się w roku 1944 z inicjatywy majora Jerzego Borejszy<sup>4</sup>. W Lublinie, w ramach Spółdzielni Wydawniczo-Oświatowej „Czytelnik”, miał być powołany do życia nowy typ magazynu adresowanego do kobiet. Planowany tytuł prasowy nie miał powielać wzorców prasy dla kobiet wydawanej w XX-leciu międzywojennym, a stanowić inny wariant czasopisma kobiecego. Autorem pierwszego powojennego periodyku dla kobiet „Moda i Życie Praktyczne” był Henryk Budkiewicz<sup>5</sup>. Nie występował on jednak w stopce redakcyjnej jako redaktor naczelny. Od 1946 w stopce na pozycji przypisanej dla redaktora naczelnego widniało nazwisko uczennicy Budkiewicza, Jadwigi Baranowskiej, sprawującej tę

<sup>4</sup> Jerzy Borejsza – publicysta, działacz polityczny i kulturalny. W latach 1922–1927 przebywał we Francji i Hiszpanii. Od 1929 r. był współpracownikiem pism: „Sygnały”, „Lewary”, „Wiadomości Literackie”, współredaktorem „Czarno na Białym” i „Robotnika”. Po rozpoczęciu wojny niemiecko-radzieckiej był w I Armii Polskiej w ZSRR. Redaktor „Wolnej Polski” – naczelnego organu Związku Patriotów Polskich (1944–1945). W okresie „Polski Lubelskiej” był twórcą i prezesem Spółdzielni Wydawniczo-Oświatowej „Czytelnik”, redaktorem naczelnym „Rzeczypospolitej” – organu PKWN (1944–1945), tygodnika „Odrodzenie” (1947–1950). Jako sekretarz generalny Międzynarodowego Kongresu Intelktualistów w Obronie Pokoju zorganizował zjazd we Wrocławiu w 1948 r. Pełnił funkcję zastępcy kierownika Kultury, Nauki i Oświaty KC PZPR – *Słownik biograficzny działaczy polskiego ruchu robotniczego, t. 1: A-D*, red. F. Tych, Warszawa 1985, s. 282–284.

<sup>5</sup> H. Budkiewicz (1889–1962) – redaktor i wydawca prasowy. Od 1918 r. pracował w redakcji „Kurierza Polskiego” w Warszawie, potem „Kurierza Czerwonego” i „Expressu Porannego”. W dwudziestoleciu międzywojennym należał do współtwórców i udziałowców koncernu Domu Prasy i Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich. Podczas wojny przebywał we Francji, brał udział w ruchu oporu, był kierownikiem Biura Prasowego PKWN. Po zakończeniu wojny i powrocie do Warszawy pracował w Wydawnictwie „Czytelnik”. Zmarł w Warszawie w 1962 r., zob. Archiwum Zarządu Głównego Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich w Warszawie,teczka, 60/1.

funkcję do końca roku 1949. Następnie miejsce Baranowskiej w redakcji periodyku zajęła Felicja Strumińska<sup>6</sup>.

Powstanie nowego czasopisma dla kobiet było przez władze państwowe starannie przemyślane i wiązało się w dużej mierze z chęcią pozyskania przez PPR poparcia wśród licznej grupy kobiet<sup>7</sup>. Pojawienie się nowego tytułu prasowego przeznaczonego dla kobiet wiązało się z dwoma nadchodzącymi wydarzeniami natury politycznej. Na czerwiec 1946 roku władze państwowe zaplanowały przeprowadzenie w Polsce referendum ludowego, zaś na styczeń 1947 roku przewidziano przeprowadzenie wyborów do Sejmu Ustawodawczego. Władza ludowa zdawała sobie sprawę z liczebnej przewagi kobiet<sup>8</sup> w powojennej rzeczywistości społeczno-politycznej, dlatego zawczasu podjęto działania agitatorskie, mające na celu pozyskać potencjalne głosy kobiet w nadchodzących wydarzeniach, o charakterze plebiscytnym. Nowy tytuł prasowy, jakim była „Moda i Życie Praktyczne”, był wyśmienitym środkiem oddziaływania przez struktury PPR do wpływania na podejmowanie decyzji politycznych przez kobiety w Polsce.

Sygnalny numer „Mody i Życia Praktycznego” pojawił się na rynku wydawniczym w styczniu 1946 roku. Pod tym tytułem ukazywał się do 22 lipca 1949 roku. Następnie zmieniono tytuł na „Modę i Życie”, by w 1953 roku<sup>9</sup>, w wyniku włączenia Instytutu Prasowego „Czytelnik” w struktury Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa”<sup>10</sup>, dokonać kolejnej zmiany na „Kobietę i Życie”. W pierwszych latach funkcjonowania magazynu, od 1946 do 1948 roku, problematyka

<sup>6</sup> Zmiany redaktorek naczelnych czasopisma w okresie Polski Ludowej następowały dość często. Najczęściej wiązały się z „przesileniami” partyjnymi w strukturach Komitetu Centralnego Polskiej Partii Robotniczej, a od 1948 roku Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej.

<sup>7</sup> Z. Sokół, *Wizerunki kobiet na łamach tygodnika „Kobieta i Życie w latach 1946–2002*, „Rocznik Prasoznawczy” R. 6, 2012, s. 14.

<sup>8</sup> Ibidem, s. 16.

<sup>9</sup> W niektórych opracowaniach datę zmiany nazwy przyjmuje się za rok 1951. Jednak analiza dostępnych numerów periodyku pozwoliła stwierdzić, że zmiana tytułu na „Kobietę i Życie” nastąpiła w maju 1953 roku.

<sup>10</sup> „Spółdzielnia powstała jako zaplecze wydawnicze partii komunistycznej w 1947 roku i w ciągu kolejnych trzech dekad stała się nie tylko największym wydawcą prasy w PRL, ale i największym koncernem wydawniczo-kolportażowym w Europie Środkowo-Wschodniej. Systematycznie powiększała swój majątek, a to przez tworzenie lub przejmowanie kolejnych tytułów prasowych, drukarni, zakładów przemysłowych, ośrodków wypoczynkowych, a to korzystając z ulg podatkowych i państwowych dotacji. (...) Cała ta wydawniczo-handlowa machina była własnością Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej i pracowała na jej rzecz, pełniąc podwójną funkcję: narzędzia oddziaływania ideologicznego na społeczeństwo oraz źródła dochodów” – cyt. za: K. Pokorna-Ignatowicz, *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa–Książka–Ruch” w polskim systemie medialnym*, Kraków 2016, s. 7; zob. M. Polaczek-Bigaj, *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa–Książka–Ruch”. Studium powstania, działalności i likwidacji*, Kraków 2016, s. 13–22.

polityczna nie zajmowała czołowego miejsca w agendzie komunikacyjnej periodyku. Zestaw poruszanych tematów oscylował głównie wokół kwestii związanych ze sprawami nowych, powojennych trendów modowych. Pokazywano, jak prosto i tanio uszyć gustowne kolorowe spódnice, sukienki, garsonki, zupełnie inne od tych, jakie kobiety nosiły w czasie okupacji. Warto dodać, że moda kobieca w trakcie okupacji znacząco różniła się od wzorców modowych promowanych na łamach „Mody i Życia”. Związane to było z rolami społecznymi, jakie kobiety często pełniły w latach okupacji. Nierzadko były one konspiratorkami, szmuglerkami. Niedopasowana, za szeroka odzież służyła kobietom do przemykania towarów, np. jedzenia. W powojennej Polsce prezentowano zupełnie inne trendy modowe. W periodyku dominowały rysunki kobiet w kolorowych, dopasowanych strojach. Dla uwypuklenia atrakcyjności prezentowanych stylizacji ilustracje były często tworzone w technikolorze. Druga kwestia, poruszana na łamach czasopisma, odnosiła się do spraw społeczno-obyczajowych. Często podejmowano tematy odnoszące się do spraw związanych z wychowaniem dzieci i młodzieży. W rubrykach poradnikowych zamieszczano rady, jak samotne matki miały wychować dorastających synów, którzy w czasie wojny byli konspiratorami, powstańcami. Zwracano uwagę na problemy związane z przystosowaniem się do życia społecznego mężczyzn powracających często z frontu czy z obozów pracy przymusowej. Wiązało się to z pojawieniem się w życiu rodzinnym problemów natury psychologicznej. Mężczyźni okaleczeni psychicznie przez wojnę często nadużywali alkoholu.

### **Agenda polityczna na łamach „Mody i Życia”**

Jak wspomniano, sprawy polityczne do roku 1949 stanowiły niejako tło dla głównych wątków podejmowanych na łamach „Mody i Życia”. Najważniejszym wydarzeniem, o znaczącej randze politycznej, które znalazło odzwierciedlenie w przekazie prasowym była 70. rocznica urodzin przywódcy ZSRR Józefa Stalina. W grudniowym numerze „Mody i Życia” przygotowano specjalne oświadczenie załóg pracowniczych o zaciągnięciu w zakładach pracy wart, będących elementem akcji propagandowej mającej na celu podniesienie wydajności pracy i ustanowienie nowych norm. Dla wzmocnienia przekazu propagandowego, w specjalnym artykule znajdującym się na drugiej stronie periodyku, przedrukowano fragmenty zobowiązań podjętych przez przedstawicieli grup społecznych. Podjęte zobowiązania miały zróżnicowany charakter, zależny zazwyczaj od grupy społecznej podejmującej zobowiązania: „Wykonamy tyle i tyle ponad plan – postanawiają robotnicy fabryczni, murarze, stolarze, technicy. – Będziemy pilnie studiować i gromadzić w naszych bibliotekach dzieła Stalina – oznajmiła młodzież szkolna i akademicka (...)”<sup>11</sup>. Komitet Centralny z zadowoleniem przyjmował napływające ze wszystkich zakładów pracy w kraju meldunki. Z satysfakcją informowano, że:

<sup>11</sup> Uczcijmy dzień 21 grudnia, „Moda i Życie” 1949, nr 35, s. 2.

„Meldunków jest wiele, tyle ile rozlicznych rodzajów pracy, tyle ile zakładów tej pracy, szkół, uniwersytetów”<sup>12</sup>.

Nieodłącznym elementem świętowania urodzin Stalina na łamach prasy w Polsce stało się zamieszczanie wręcz hagiograficznych biografii Generalissimusa. Często tego typu artykuły były opatrzone zdjęciem Stalina. Nieodłącznym elementem były również wiernopoddańcze tytuły prasowe. Nie inaczej było w przypadku artykułu pod tytułem *Kochają Go miliony prostych ludzi*, zamieszczonego w grudniowym numerze periodyku. W artykule dla wzmocnienia wydźwięku propagandowego mówiono o „głębokim przywiązaniu i serdecznej wdzięczności do wodza.” W propagandowej, hagiograficznej biografii Stalina zostały również uwypuklone jego pozytywne przymioty. Stosowano przy tym zwroty oscylujące wokół jednoznacznie pozytywnego pola skojarzeniowego: „Jego imię stało się żywym sztandarem, najwierniejszy wyraziciel wszystkich dążeń i pragnień ludzkich, wielki wódz państwa socjalistycznego”<sup>13</sup>.

Zaistnienie w życiu politycznym Polski w roku 1949 na szeroką skalę akcji propagandowej, związanej z urodzinami Stalina, było przejściem od gwałtownego rozwoju kultu jednostki do codziennego rytuału poddańczości Stalinowi, który istniał w Polsce praktycznie do roku 1956. Uproszczeniu uległy typy przekazów propagandowych pokazujących Stalina, rozwinięciu uległa ich zawartość, z powodzeniem kopiowana w odniesieniu do sposobu prezentowania Bieruta. Stalin jawił się jako komunistyczny superheros o boskich przymiotach<sup>14</sup>.

Początek lat 50. XX wieku w Polsce stalinowskiej charakteryzował się zastrzającą się walką polityczną z wrogami ludu. Na wsi wrogowie sytuowani byli wśród bogatych chłopów, nazywanych w partyjnej nowomowie „kułakami”. Zaś w ośrodkach miejskich odpowiednikiem wiejskich kułaków byli „spekulanci miejscy”, tj. kupcy. Kupcy stanowili główną grupę, którą poddano represjom w okresie tzw. bitwy o handel i przymusowej kolektywizacji rolnictwa. Realizacja wizji bezklasowego społeczeństwa doprowadziła do upadku rzemieślników. Instrumentem były sankcje ekonomiczne i fiskalne, które wymuszały wstąpienie do spółdzielni pracy, ewentualnie do spółdzielni zaopatrzenia i zbytu. Państwowa polityka podatkowa, kredytowa i surowcowa godziły w grupy przedsiębiorców, bo np. podrożyły siłę roboczą<sup>15</sup>. Obraz walki z „miejskimi spekulantami”, prezentowany na łamach magazynu, zbieżny był z wytycznymi przygotowywanymi przez władze państwowe. W przekazie komunikacyjnym przedkładano rozwiązania,

<sup>12</sup> Ibidem.

<sup>13</sup> *Kochają Go miliony prostych ludzi*, „Moda i Życie” 1949, nr 35, s. 5.

<sup>14</sup> R. Kupiecki, „Natchnienie milionów”. *Kult Józefa Stalina w Polsce 1944–1956*, Warszawa 1993, s. 113.

<sup>15</sup> K. Trembicka, *Walka z wrogiem – cecha konstytutywna komunistycznej myśli politycznej*, „Humanities and Social Sciences” 2014, t. 19, nr 21, s. 175.

jak skutecznie pozbyć się „spekulantów”. Aprobowano wykorzystanie środków ekonomicznych przy jednoczesnej mobilizacji ludności. Przedstawiano komunikacyjną wizję wroga, w której dostosowywał się do nowych warunków ekonomicznych. Dla zobrazowania działań wroga często posilkowano się przykładami wziętymi z życia codziennego. Pisano między innymi: „Nieraz słyszy się może od znajomych o jakiejś bardzo uprzejmej Pani, która ma dla osób zaufanych materiały na płaszcz czy sukienkę, tylko że drożej”<sup>16</sup>.

W kontekście przywołanej egzemplifikacji działań dyskredytujących wrogów politycznych warto przytoczyć fragment rozważań Mirosława Karwata dotyczących zdezawuowania przeciwników politycznych:

W walce politycznej dyskredytacja służy przede wszystkim politycznej korzyści: osłabieniu lub podważeniu pozycji przeciwnika. To dlatego tak skwapliwie godzi się w jego atrakcyjność, godność własną, cześć i autorytet; kwestionuje się jego identyfikację i reprezentatywność społeczną i ideową, a nawet autentyzm jego istnienia i działania; zaś na tej podstawie odrzuca się miarodajność jego deklaracji i działań. A przez to pozbawia się możliwości ideowego i organizacyjnego oddziaływania na innych. Pozbawia się go podwójnie: gdyż w ten sposób udaje się nie tylko zniwelować dobre wrażenia, jakie początkowo wywarł na środowisku, zredukować zainteresowanie i stopień życzliwości, a zwiększyć dystans otoczenia do jego występów, samej jego obecności, do niego w ogóle, ale również jego samego zdemobilizować, zniechęcić albo nawet zastraszyć<sup>17</sup>.

Na rok 1952 przypadały dwa ważne wydarzenia polityczne, znajdujące wyrazisty propagandowy obraz, związany z wprowadzeniem w życie nowej konstytucji. W kampanię konstytucyjną dobrze wpisywała się 60. rocznica urodzin Bolesława Bieruta. Na łamach periodyku umieszczono biografię prezydenta. Zawarto w niej najważniejsze wydarzenia z życia polityka: informacje o miejscu narodzin, rzucenie kałamarzem w portret cara i namawianie szkolnych przyjaciół do podjęcia strajków. W komunikacyjnej wizji nazywano go „kierownikiem państwa”. Przedstawiano jako osobę, która polski naród prowadzi drogą do socjalizmu. W propagandowej biografii polityk jawił się jako wielki nauczyciel ludu polskiego. Był to element kreowania mitu politycznego, będącego elementem polskiej odmiany kultu jednostki. Bierut jako wielki nauczyciel „uczył pokonywać trudności, zwalczać wielkie trudności”<sup>18</sup>. Przy okazji urodzin na łamach periodyku przedrukowane zostały fragmenty przemówień Bieruta, mające stanowić „życiowe drogowskazy” dla kobiet. Zadania dla kobiet precyzyjnie określił w liście

<sup>16</sup> *Walka ze spekulacją*, „Moda i Życie” 1952, nr 8, s. 2.

<sup>17</sup> M. Karwat, *O złośliwej dyskredytacji: manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa 2006, s. 105.

<sup>18</sup> *Kocha Go i czci cały naród*, „Moda i Życie” 1952, nr 11, s. 2.

z okazji święta kobiet skierowanego do członkiń Ligi Kobiet. Pisał między innymi: „Kobiety polskie pobudzają i zagrzewają naród do nowych osiągnięć i zwycięstw. Niech ożywiają naród do nowych osiągnięć i zwycięstw”<sup>19</sup>.

Bierut w artykułach z okazji urodzin jawił się jako wielki przyjaciel dzieci. Teksty obrazujące spotkania politycznego decydenta z najmłodszymi opatrzone były prawie zawsze zdjęciami delegacji dziecięcych przyjmowanych w ogrodach belwederskich. Bierut w analizowanym artykule przedstawiany był jako ciepła osoba, żywo interesująca się losami najmłodszych. Przyrównywano go do ojca wszystkich dzieci. Akcentowano deklaratywne więzi łączące prezydenta z młodzieżą<sup>20</sup>. W komunikacyjnej wizji przedstawienia polityka użyto aktów nominacyjnych, czyli nazw zawierających zestaw domniemanych zalet polityka, falsyfikujących jego osobowość, tworzących legendę polityczną, by wizerunek spełniał wymogi użyteczności dla aparatu nadawczego. Pozwalały na identyfikację postaci, nadanie jej cech niepowtarzalnych. Na ogół zawierały zestaw frazesów heroizujących i adorujących obiekt poddawany prezentacji. Sposób kreacji polityka zbieżny był z obrazem Stalina prezentowanym na przykład w trakcie jego 70. urodzin<sup>21</sup>.

Na rok 1952 przypadła dobrze zorganizowana kampania propagandowa mająca na celu promocję rozwiązań zaproponowanych w nowo tworzonej konstytucji. W czasopiśmie od stycznia pojawiały się artykuły odnoszące się do poszczególnych punktów ustawy zasadniczej oraz omawiające zawarte w niej kwestie kobiece. Akt prawny nazywany był Wielką kartą zwycięskich osiągnięć. Akcentowano również przepisy ustawy zasadniczej pozwalające na emancypację kobiet w PRL. Podkreślano równe prawa dla kobiet i mężczyzn, równe prawo do pracy i wynagrodzenia, według zasady równa praca, równa płaca. Przedstawiano również szeroki katalog praw socjalnych, prawo do opieki nad matką i dzieckiem<sup>22</sup>. W analizowanych artykułach nie tajono również, że wprowadzenie nowej ustawy zasadniczej ma pomóc w walce z wszechobecnymi wrogami politycznymi oraz doprowadzić społeczeństwo polskie do nowego, socjalistycznego ustroju państwa. Pisano między innymi: „Na przekór wrogom Konstytucja Polskiej

<sup>19</sup> Bolesław Bierut *uczy nas żyć i pracować*, „Moda i Życie” 1952, nr 11, s. 2.

<sup>20</sup> *Bliski i drogi narodowi*, „Moda i Życie” 1952, nr 12, s. 2.

<sup>21</sup> K.M. McGraw, *Wizerunki polityczne: tworzenie i sterowanie*, [w:] *Psychologia polityczna*, red. D. O. Sears, L. Huddy, R. Jervis, tłum. R. Andruszko, Kraków 2008, s. 366; Jak wskazują Mariusz Mazur i Sebastian Ligarski: „Propaganda kreowała przywódców komunistycznych na nadludzi, niektórzy mogli nawet w ten przekaz uwierzyć. Wysocy działacze partyjni mieli specyficzną mentalność, która była wynikiem wpływu środowiska, w jakim się wychowali, zdobytego wykształcenia, przekonań politycznych, związanych z nimi doświadczeń życiowych i aktualnej sytuacji politycznej”. Zob. M. Mazur, S. Ligarski, *Cywilizacja komunizmu. Odmiana nadwiślańska*, Warszawa 2016, s. 85.

<sup>22</sup> *Polska Rzeczpospolita Ludowa jest republiką ludu pracującego*, „Moda i Życie” 1952, nr 5, s. 2.



Rzeczypospolitej Ludowej nie tylko umocni nasze dotychczasowe zdobycze, ale utoruje drogę do pełnego zwycięstwa socjalizmu”<sup>23</sup>.

Dnia 5 marca 1953 roku zmarł przywódca Związku Radzieckiego Józef Stalin. Z tej okazji zespół redakcyjny periodyku przygotował specjalny numer gazety poświęcony w całości osobie zmarłego polityka. Stwierdzić należy, że kampania propagandowa po śmierci Stalina była rozplanowana na kilka miesięcy. Praktycznie do rocznicy urodzin, przypadającej na grudzień, na łamach magazynu w każdym numerze pojawiały się artykuły nawiązujące do życia i osiągnięć politycznych Stalina. Bezpośrednio po śmierci radzieckiego przywódcy w periodyku pojawiły się oficjalne dokumenty wystosowane przez Komitet Centralny Komunistycznej Partii Związku Radzieckiego oraz KC PZPR. Zmarłego przywódcę w pośmiertnych uchwałach nazywano „współbojownikiem i genialnym kontynuatorem dzieła Lenina, mądrym wodzem”<sup>24</sup>. W przedrukach wybranych dzieł Stalina nie mogło zabraknąć wzmianki o tym, jak postrzegał rolę kobiety w socjalistycznym świecie:

Kobiety tego kraju [ZSRR – Ł.J.], stanowiące połowę jego ludności, będą mu przy wszystkim ruchu naprzód kulą u nogi, jeśli nadal pozostaną zahukane, nieświadomione i ciemne. Kobieta robotnica stoi w jednym szeregu z robotnikiem<sup>25</sup>.

### Obrazy Dnia Kobiet

Obchody Święta kobiet w stalinowskiej Polsce nierozzerwalnie wiązały się z podnoszeniem wydajności pracy. Pracę kobiet łączono z dobrobytem Polski Ludowej. Twierdzono, że: „Praca każdej kobiety podnosi nie tylko nasz dobrobyt, ale wzmacnia siły Polski na świecie”<sup>26</sup>. Dla wzmocnienia argumentacji prezentowano portrety przodownic pracy oraz historię pracy poszczególnych robotnic<sup>27</sup>. Nie ulega wątpliwości, że obchody Dnia Kobiet stanowiły odzwierciedlenie

<sup>23</sup> *Wielka Karta swobód ludu pracującego*, „Moda i Życie” 1952, nr 7, s. 2.

<sup>24</sup> *Przestało bić serce Wielkiego Stalina*, „Moda i Życie” 1953, nr 8, s. 1.

<sup>25</sup> *Fragmety artykułów i wypowiedzi Józefa Stalina o sprawie polskiej*, „Moda i Życie” 1953, nr 8, s. 4. W propagandowym sposobie obrazowania kobiet twierdzono, że: „Wszelkie ograniczenia, które kępowały szerokie rzesze kobiet zostały zniesione. Kobieta na równi z mężczyzną ma dziś pełne prawa polityczne, dostęp do nauki do wszystkich zawodów i stanowisk, na równi z mężczyzną jest ona świadomym twórcą nowej rzeczywistości”. D. Jarosz, *Polacy a stalinizm: 1948–1956*, Warszawa 2000, s. 116–117.

<sup>26</sup> *Jak czcimy pracę dzień naszego święta*, „Moda i Życie” 1950, nr 8, s. 2. Z powodu drastycznego braku rąk do pracy przedstawicielki płci pięknej stały się potrzebne do pracy w gospodarce. Model radziecki promował równość kobiet, co dotyczyło też możliwości wykonywania przez nie męskich zawodów sztygara, spawacza, mechanika. I. Kienzler, *Kronika PRL 1944–1989*, t. 2, *Kobieta w Polsce Ludowej*, Warszawa 2015, s. 24.

<sup>27</sup> *Ibidem*.

reprezentowanej przez władzę ideologii, a także wyobrażeń o rzeczywistych i postulowanych rolach społecznych kobiet. 8 Marca stanowił również narzędzie propagandy skierowanej do kobiet, która była częściowo odmienna od tej adresowanej do ogółu społeczeństwa. Święto wytworzyło rytuały, w których udział stał się powszechnym doświadczeniem kobiet i mężczyzn w PRL. Oficjalne formy obchodów i treści propagandowe, mimo pewnej niezmienności, ulegały ewolucji<sup>28</sup>.

### Podsumowanie

Analiza dostępnych źródeł i monografii naukowych skłania do wysnucia następujących wniosków: czasopismo „Moda i Życie Praktyczne”, a od 1949 roku „Moda i Życie”, w założeniu jego twórców miało stanowić nowy rodzaj prasy dla kobiet, niewzorowanej na kobiecych tytułach prasowych wydawanych w latach 20. i 30. XX stulecia. Głównymi funkcjami, jakie spełniał periodyk, była pomoc kobietom w powrocie do normalnego funkcjonowania w powojennej rzeczywistości. Dlatego na łamach gazety w pierwszych latach funkcjonowania dominowała tematyka typu poradnikowego. Ważną funkcją, jaką spełniała prasa, była funkcja propagandowa. Periodyk był powołany do życia, aby władze państwowe łatwiej mogły docierać z programem politycznym do żeńskiej, dominującej części społeczeństwa. Wierne odzwierciedlenie rzeczywistości politycznej objawiało się wiernym relacjonowaniem kampanii propagandowych realizowanych przez aparat państwowy Polskiej Rzeczywistości Ludowej. Redakcja magazynu trafnie określała katalog wrogów politycznych, jak również sojuszników. Obraz rzeczywistości politycznej prezentowanej na łamach periodyku poddawany był głębokiej polaryzacji. Po jednej stronie przedstawiano ZSRR jako jedynego sojusznika i gwaranta „niepodległości” Polski, po drugiej zaś prezentowano szeroki katalog wrogów politycznych.

<sup>28</sup> N. Jarska, *Obchody Dnia Kobiet w Polsce Ludowej 1945–1989*, „Dzieje Najnowsze” R. 42, 2010, nr 4, s. 15–17.