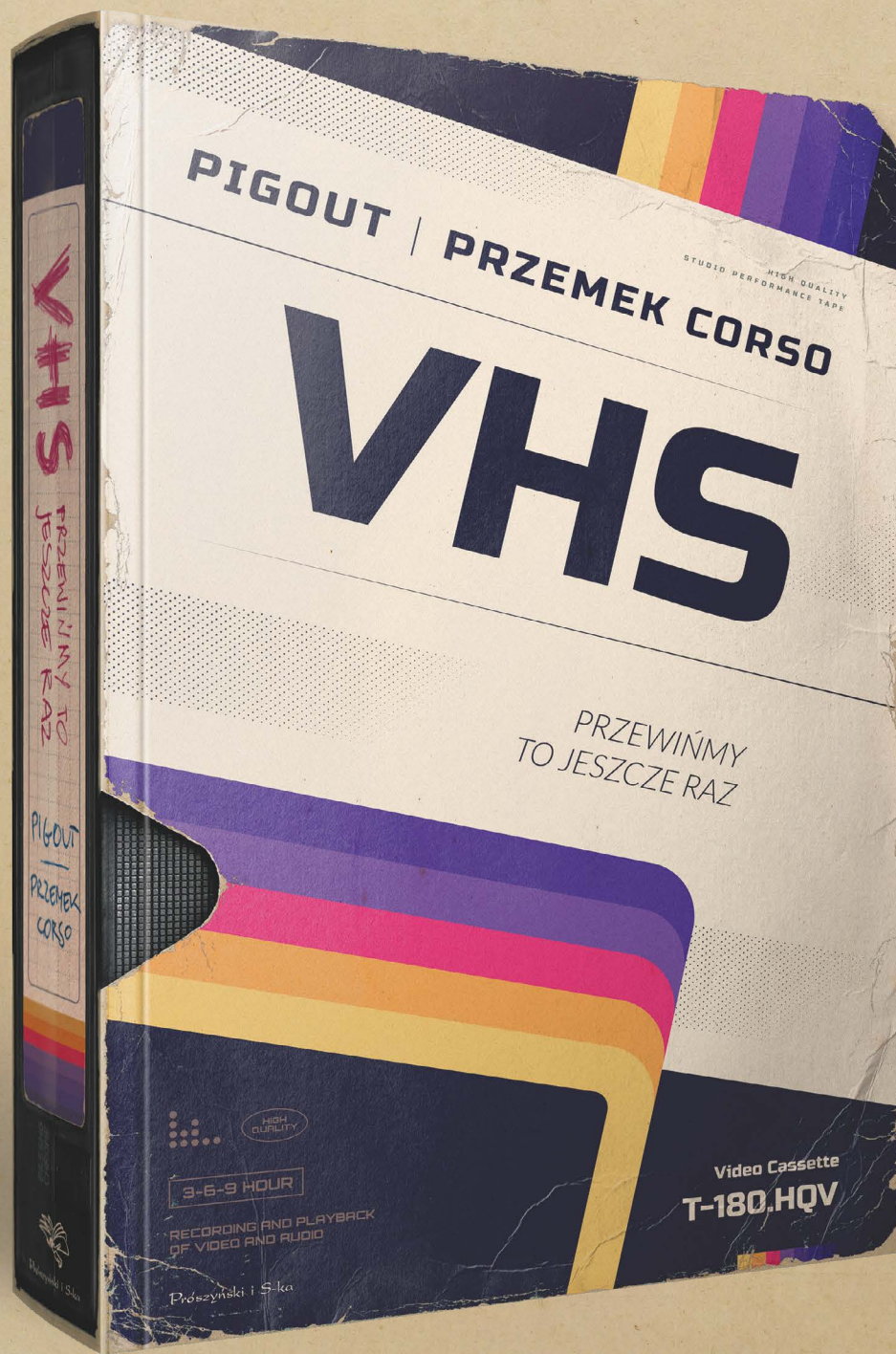


**PIGOUT / PRZEMEK CORSO W OPOWIEŚCI,
KTÓRA WCIĄGA JAK MAGNETOWID TAŚMĘ!**



NIECH MOC VHS-ÓW BĘDZIE Z WAMI!

Prószyński i S-ka

Najntisy i niekoniec Historii

Świat trzęsie się w posadach, słysząc głosy o nowej zimnej wojnie. Aż nie chce się wierzyć, że ledwie trzydzieści kilka lat temu, gdy Związek Sowiecki chylił się ku upadkowi i rozpadała się jego strefa wpływów, amerykański analityk Francis Fukuyama ogłosił koniec Historii (tej przez wielkie H). Zwyciężyła demokracja liberalna i była nadzieja, że ostatecznie. Na placu boju pozostawały Stany Zjednoczone jako samotny strażnik globalnego porządku. Bywał ten żandarm hipokrytą, ale na sztandarach niósł idee demokracji, praw człowieka, norm międzynarodowych. Nastawał, jak pisał amerykański publicysta Charles Krauthamer, moment jednobiegunowy.

Dziś nie ma śladu po tych iluzjach. Świat stał się wielobiegunowy, do gardeł rzuca się sobie (i innym) wiele mocarstw, a amerykański strażnik, jaki mundur założył, każdy widzi. Stąd może u tak wielu tęsknota za optymizmem z lat 90. Polacy mogą dodatkowo pamiętać te lata jako dekadę transformacji ustrojowej, gospodarczej i społecznej, bolesnej, bo bolesnej, ale oznaczającej wyrwanie się z orbity Moskwy ku zachodniej cywilizacji. Werbalnie większość tego pragnęła. I szczyliła się, że Polska stoi na czele zmian.

Być może na nostalgii za latami 90. buduje się – przynajmniej w obszarze popkultury i obyczaju – moda na nie. W tym kontekście ciepło się mówi o *najntisach*. Powracają elementy mody, stylu, gadzety, slogany, motywy muzyczne. Młode pokolenie odkurza idoli i symbole tamtych lat, starsze na tę okoliczność przypomina sobie siebie sprzed kilku dekad i się rozmarza.

Postanowiliśmy zatem dokładniej przyjrzeć się latom 90. XX w. Opisać je w wielu płaszczyznach. Pamięć bowiem lubi płać figle, odkurzymy ją nieco. Nie każdy wszak musiał być wówczas optymistą, było wystarczająco dużo obiektywnego wykluczenia lub subiektywnego poczucia straty, którymi karmiły się potem zjawiska dziś agresywnie widoczne, np. populizm.

A jednak odkryjemy w tamtych latach wiele podstaw do optymizmu. Nie wszystko należałoby dziś uznać za iluzję. Inna sprawa, dlaczego sprawy potoczyły się tak, jak potoczyły i to już historia na inną opowieść.

Tymczasem zapraszamy do najntisów.

Jerzy Baczyński
Redaktor naczelny
POLITYKI

Leszek Będkowski
Redaktor „Pomocników
Historycznych”



Od lewej: Lech Wałęsa, prezydent RP 1990-95, wraz z żoną Danutą podczas składania prezydenckiej przysięgi przed Zgromadzeniem Narodowym, 22 grudnia 1990 r. • Aleksander Kwaśniewski, prezydent RP 1995-2005, wraz z żoną Jolantą podczas składania prezydenckiej przysięgi przed Zgromadzeniem Narodowym, 23 grudnia 1995 r.

Spis treści

Prolog. Barwy postkomunizmu	9
Przez wielkie H	17
Ameykański strażnik globalnego porządku	20
Rok 1989, Polska	24
Dekada zapomnianych marzeń	29
Narodziny III RP	37
Krzętanina przy fundamentach	46
Wolnoamerykanka	55
Jak za oceanem	61
Przypowieść o dekadzie	62
Zachodni format, wschodni budżet	69
Zapraszamy do reklamy	70
Z kraju pokemonów	72
Reglamentowane gwiazdorstwo	73
Kaczor Donald, Funky Koval	74
Każdy sobie rzepkę skrobie	76
Od punkowca do hipstera	78
Więcej grzechów nie pamiętam	86
Sieć optymizmu	90
Koniec świata amatorów	99
Czempioni końca wieku	106
Pershing wychodzi z cienia	108
Gorące tematy	114
Słodsza wersja pamięci	122

Detale

Francis Fukuyama	18
Błękitne hełmy	30
Światowa Organizacja Handlu	33
Lech Wałęsa	38
Lustracja	40
Nowa konstytucja	41
Polska w NATO	43
„Ślizg”	80
Napster. Muzyka z sieci	91
Kino. Przygody zabawek	92
Doom. Gra z użytkownikami	95
Cuda w tej budzie!	101
Kto i gdzie wskrzesza klimat dawnych lat	129

Z „Polityki” lat 90.

Na zakupach	10
Obywatelskie pogaduchy	12
Panowie bracia i towarzysze	13
Jarmark Europa na Stadionie Dziesięciolecia	16
W drodze do Europy	34
Czeczewska lekcja	35
Lęk przed Europą	44
Giełda i prywatyzacja	49
Pieniądz i etyka	51
Rodowody biznesmenów	52
W kolejce po udziały	53
Pirackie wideo	56
Bazarowy stolik z kasetami	57
Apetyt na telewizję	59
Gorączka sobotniej nocy	60
Rock w polityce	64
Muza epoki komputera	66
Wyścig po widownię	67
Zobaczone w Jarocinie	80
Antymieszczanie z baraku	82
Na Jelonkach	84
Jak to z koncesjami było	96
Z życia kibiców	102
Zapasy narodowe	103
Jędrus padł	104
Strzały w George’u	111
Nie do ochrony	112
Lechu, wróć	116
Artyści biznesu	120



Na okładce: Popkulturowe symbole i gadżety z lat 90. XX w.



Wszystko, co warto wiedzieć o nauce:

- **naukowe newsy** – najważniejsze odkrycia, najnowsze wyniki badań
- artykuły naukowe z bieżących wydań „Polityki”
- aktualne wydania „Wiedzy i Życia” – pisma, które od ponad 100 lat przybliża zdobycze nauki i techniki
- aktualne wydania „Świata Nauki” – polskiej edycji renomowanego pisma „Scientific American”
- bogate **archiwum tekstów** najlepszych dziennikarzy naukowych oraz ekspertów i badaczy w swoich specjalizacjach

...i jeszcze więcej:

- recenzje najgorętszych książek popularnonaukowych
- cotygodniowy newsletter Pulsara
- podcasty „Pulsar nadaje” – już ponad 170 rozmów z najciekawszymi polskimi naukowcami

KAROLINA HANSEN:
Jak nas słyszą, tak nas widzą



GABRIELA CZARNEK:
AI ma też patent na wybory



MICHAŁ PARNIAK:
Zimne atomy mają piękne zalety





Od lewej, od góry: Godło Polski w sali posiedzeń Sejmu; orzeł odzyskał koronę 31 grudnia 1989 r. • Reżyser Andrzej Wajda na planie zdjęciowym filmu „Pan Tadeusz” według Adama Mickiewicza, Łomianki, lipiec 1998 r. • Poetka Wisława Szymborska z medalem literackiej nagrody Nobla, Sztokholm, grudzień 1996 r.

Autorzy

Edwin Bendyk – publicysta zajmujący się problematyką cywilizacyjną, prezes zarządu Fundacji im. Stefana Batorego, dziennikarz POLITYKI.

Błażej Brzostek – dr hab., prof. UW, historyk, pisarz, Wydział Historii Uniwersytetu Warszawskiego.

Jakub Demiańczuk – krytyk filmowy i komiksowy, współpracownik POLITYKI.

Olga Drenda – etnolożka i antropolożka, eseistka, pisarka, tłumaczka, stała felietonistka „Tygodnika Powszechnego”.

Malwina Dziedzic – dziennikarka POLITYKI.

Marcin Fatalski – dr, historyk, Zakład Amerykanistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Andrzej Fąfara – dziennikarz sportowy, pisarz.

Rafał Kalukin – publicysta, komentator polityczny, dziennikarz POLITYKI.

Marcin Kołodziejczyk – reportażysta, pisarz, dziennikarz POLITYKI.

Violetta Krasnowska – reportażystka, dziennikarka POLITYKI.

Jarosław Kuisz – historyk państwa i prawa, analityk polityki, eseista, pisarz, redaktor naczelny „Kultury Liberalnej”.

Tomasz Nałęcz – dr hab., prof. Uniwersytetu Warszawskiego, historyk i polityk.

Mirosław Pęczak – dr hab., prof. UW, kulturoznawca, pisarz, kieruje Zakładem Interdyscyplinarnych Badań nad Kulturą na Wydziale Pedagogicznym Uniwersytetu Warszawskiego, współpracownik POLITYKI.

Piotr Sarzyński – krytyk sztuki, dziennikarz POLITYKI.

Joanna Solska – publicystka ekonomiczna, pisarka, dziennikarka POLITYKI.

Michał R. Wiśniewski – pisarz, publicysta, specjalizuje się w kulturze popularnej i cyfrowej, współpracownik POLITYKI.

Mateusz Witkowski – podkaster, krytyk muzyczny i popkulturowy, felietonista POLITYKI.

Łukasz Wójcik – publicysta zajmujący się tematyką światową, kierownik działu zagranicznego POLITYKI.

Aleksandra Żelazińska – publicystka, redaktorka naczelna serwisu internetowego Polityka.pl.

Oraz

Daniel Achenson, Jan Wróbel, Łukasz Zelent – studenci V roku Wydziału Historii UW, uczestnicy warsztatów dziennikarskich prowadzonych przez prof. Marcina Zarembe.

Roczniki POLITYKI z lat 90. przejrzała **Justyna Sadowska**, kierowniczka działu archiwum tygodnika.

POLITYKA słuchaj i oglądaj



PODKASTY I WIDEOKASTY  słuchaj i oglądaj



Rowery, nie bajki

ZAPRASZA JULIUSZ ĆWIELUCH



ŚWIAT NA ZAKRĘCIE

AGNIESZKA LICHNEROWICZ
I MATEUSZ MAZZINI

POLITYKA O HISTORII

ZAPRASZAJĄ AGNIESZKA KRZEMIŃSKA I MARCIN ZAREMBA



ODCINKI
W KAŻDY
WTOREK

ODCINKI
CO DWA TYGODNIE
W PONIEDZIAŁEK



PODKAST psychologiczny

ZAPRASZA
JOANNA
CIESŁA

Rozmawiamy nie tylko o polityce.
Poruszamy sprawy, które mają znaczenie.
Szukamy odpowiedzi na trudne pytania.

youtube.com/@Tygodnik_Polityka

polityka.pl/podkasty



OUTDOOR Promocja Piasków

Zimna

Coca-Cola

W centrum Warszawy, początek lat 90.

Prolog

Barwy postkomunizmu

Życie codzienne Polaków w ostatniej dekadzie XX w.

Błażej Brzostek

W

Wspomnienie nastolatka.

Wrzesień 1991 r., wracam z ZSRR pociągiem Polonez po tygodniu na wymianie szkolnej. Utonęliśmy tam w szarości Moskwy, monumentalnej i smutnej. Sklepy były puste, w przedsiódkach starsze kobiety trzymały spódnice

i buty na sprzedaż. Jeden wieczór spędziłem u moskiewskiej rodziny. Dla gościa z zagranicy postarano się o dobrze zastawiony stół. Po raz pierwszy w życiu jadłem oliwki. Lecz nastrój był ciężki: wielka ojczyzna rozpada się, co dalej? I oto jestem w Warszawie, jadę z Dworca Centralnego taksówką (Škoda Favorit) i widzę budki, budeczki, stragany, stoiska – szлды, reklamy, barwy!

To jedno z wyrazistych wspomnień, jakie mam z transformacji, epoki Balcerowicza, najtisisów czy jak jeszcze się to dziś określa. Wspomnienie karłowatej, improwizowanej architektury budek i straganów, wciskającej się wszędzie jak dzika roślinność. Porastającej wyboiste chodniki, zapuszczone place, kostropate budynki. Kwitnącej wokół warszawskiego Pałacu Kultury, daru Stalina, symbolu upadłego systemu. Pod pałacem mówiono po rosyjsku – z ruin ZSRR przyjeżdżały kopczące autokary wyładowane towarami, osobowe Żyguły zgięte pod tobołami przytroczonymi do dachu.

Pasaże postkomunizmu. Handel nadawał kolor ulicy. Czerwone i kremowe kioski jugosłowiańskie, które właśnie zaczęto sprowadzać do Polski, choć projekt był z lat 60. (ładny, ale kto myślał o dizajnie?), różnobarwne kioski polskie, tzw. szczęki, czyli blaszane stragany zamykane na noc. Przyczepy kempingowe nie były nowością – pojawiły się w centrach miast już u schyłku Gierka. Po 1976 r. wśród galopującego kryzysu luzowano niektóre przepisy duszące prywatną inicjatywę. Pozwolono na to, co dziś nazywa się *street foodem*. Tak przyczepa, która miała zaspokajać turystyczne marzenia obywateli PRL, stała się okienkiem z zapiekankami albo hot dogami. Wtedy także otwierać się zaczęły liczniejsze warzywniaki i butiki, czyli małe prywatne sklepy z ubraniami, atrakcyjne i drogie.

Po 1989 r. zaczęły się rozrastać naszym roślinnością subtropikalna. Budki pączkowały, tworzyły wianki, zlepy, ciągi. Niektóre nazywano pasażami. Oto „paryskie pasáže” postkomunizmu: kurczaki z rożna, kasety muzyczne, kosmetyki, buty, czapki, torebki, kuchnia wietnamska. Plastikowe stoliki i krzesła. Obok stragany z łóżek polowych: koszulki, biustonosze, książki. Plachty rozłożone na chodniku – budziki, zegarki Mołnia, przedłużacze elektryczne, żarówki, ciuchy. Góry ciuchów na folii, w kartonach.



Od góry: Jarmark Europa, największy wówczas bazar nie tylko w Polsce na nieistniejącym już Stadionie Dziesięciolecia w Warszawie, 1995 r.

Kieleckie, 1990 r.

I uliczne stoiska mięsne, nieraz w towarzystwie okrwawionych pienków z siekierą.

Handel ten miał wiele pięt. W ciągu miesięcy i lat kumulowały się kapitały, pojawiali się przedsiębiorcy zdolni roztawiać swoich handlarzy w wielu punktach miasta, a potem budować dla nich bazy o dachach z poliuretanu. W latach 90. budki i bazy stanowiły pierwszy obraz polskiego miasta po opuszczeniu dworca. W Krakowie bazar otwierał się na wprost XIX-wiecznej głównej stacji kolejowej, spowijając dworzec PKS i peerelowski bar Smok. Przed stacją Łódź Fabryczna ciąg różnokolorowych budek jugosłowiańskich oferował ciepłe kanapki z pszennej buły, w której znajdowało się krojone mięso

Na zakupach

Po świątecznej przerwie ludzie znów ruszyli na – wydawałoby się – już opustoszałe sklepy. Kupowano wszystko, co można było jeszcze kupić po starej cenie. W czwartek 4 stycznia w warszawskim Sezamie została już tylko mąka krupczatka, a pani z hurtowni zapowiedziała, że następna dostawa cukru będzie już po 7 tys. W piątek (...) w Hali Mirowskiej cukier wystawiono po 7200 zł, a telewizja doniosła, że w Gdyni sprzedają po 10. (...)

Nie bardzo wiadomo, jak odnieść się do cen jajek i kurczaków. Tych pierwszych w sklepach nie ma (z wyjątkiem Uniwersamu, w którym stoją po 590 zł za sztukę). Z samochodu można kupić za 480, na bazarze po 700 zł. Kurczaki sklepy oferowały w czwartek jeszcze po 6300 zł za kilogram. Ci, dla których ta cena była nowa, odchodzili. Ale jedna pani usłyszała od innej pani, której sąsiadka pracuje w Poldrobie, że tam już mają nowe cenniki i jajka będą po tysiąc, a kurczaki po 20 tys. Dziś każda plotka jest prawdopodobna (...)

Na stacjach benzynowych zrobiło się luźno jak nigdy. W Warszawie – jak na Zachodzie! Podjeżdżasz, a tu pan pompierz z uśmiechem już na ciebie czeka. (...) – *Ludzie przestali łać do kanistrów, a nawet do pełna* – powiada agent. – *Miałem już klientów biorących po 5 litrów. Nie wszyscy zresztą wiedzieli o nowej cenie w wysokości 2400 zł i czasami zdumienie, gdy trzeba było płacić rachunek ponad 50 tys. zł. (...)*

W Warszawie za taksówkę (...) płaci się teraz: licznik razy 100. Pasażerów mało. (...) Za samo wejście płaci się teraz trzy tysiące złotych. Kurs z jednego krańca Warszawy na drugi, przy normalnej taryfie, musi kosztować około dwudziestu pięciu tysięcy. Za te pieniądze można dojechać ekspresem do Zakopanego. (...)

W banku na placu Powstańców w Warszawie kolejki nie mniejsze niż pod koniec ubiegłego roku. (...) Część klientów jest jednak wyraźnie zdezorientowana. Nie rozumie, co się tutaj dzieje ze skupem i sprzedażą dolarów. W banku jednocześnie, na tej samej sali, odbywa się skup po kursie oficjalnym, czyli po 9310 zł, działa kantor, który za dolara płaci 9200 zł, a przed drzwiami kłębią się konie,



Otwarcie sklepu spożywczego w Skaryszewie, marzec 1990 r.

zachęcając obywateli do sprzedaży za 9100 zł. (...) Obok, w banku PKO SA, sytuacja jest jeszcze dziwniejsza. Teoretycznie wszystkie jego oddziały powinny kupować od ludności dolary po kursie oficjalnym. (...) dotychczas, z oczywistych względów (niski oficjalny kurs), nie było chętnych do takich transakcji. (...) Po raz pierwszy po wojnie oficjalny kurs dolara jest wyższy od wolnorynkowego. Bankowe okienka są obłożone. Jeśli czegoś brakuje, to nie dolarów, lecz złotych. (...)

W renomowanej warszawskiej spółdzielni lekarskiej Medica (...) zawsze był tłok. (...) Dziś (...) przychodnia ziele pustką. (...) Ile kosztuje wizyta? Ta najdroższa, u profesora, 10 tys. zł. (...) Pani wychodząca właśnie z jednego z gabinetów Mediki nie kryje zadowolenia. – *Przyszedłam i od razu weszłam! Wreszcie lekarz czeka na pacjenta, jak na całym świecie, a nie odwrotnie. (...)*

– *Widzi pan, jak się ludzie wycwanili?* – mówi kierowniczką dużej kwaciarni. – *Kupować jeszcze kupują, ale co? Faktycznie. Co kto wejdzie, mówi: – Proszę jedną gerberę. (...). – Dla mnie jedna frezja.* Raz tylko oko kierowniczkę rozblęskło: ktoś zamawiał wieniec; to już, skromnie licząc, kilkadziesiąt tysięcy złotych. Ludzie, chwala Bogu, umierają, jak należy. Ale cóż, z samych pogrzebów nawet ksiądz nie żyje, co dopiero kwaciarka. Trudno więc, zmieni branżę. Tylko jaka dzisiaj branża jest dobra?

Joanna Solska, Andrzej Mozołowski, Paweł Tarnowski,
„Sceny z życia gospodarczego”, POLITYKA 2/1990

albo kotlet zalany majonezowym sosem i zasypany sałatą, w którą sprzedawcy wbijali plastikowy widelec. Podobne specjalia sprzedawane w budkach wrocławskich nazywano knyszami.

Za dnia wokół budek roznosiły się zapachy roztopionej sera żółtego i kebabu, ale nocą martwe labirynty pasażerów ulicznych stawały się schronieniami dla pijących i sikających. Dlatego niektóre skupiska takiego handlu zatrudniały ochroniarzy mających przepędzać intruzów. Kapitał dorodniejszy, ale wciąż rozproszony, anektował w tamtych latach również wnętrza podupadłych państwowych i spółdzielczych domów towarowych. Jak na ulicach, tam także rozwinęła się logika prywatnych stoisk. Zaprojektowana w latach 60. czy 70. otwarta przestrzeń zamieniała się w bazar pod dachem, chociaż raczej o standardzie butików niż budek. Nie pojawiały się jeszcze malle, będące implantami wielkich kapitałów międzynarodowych, więc kapitały małe i średnie rozpychały się w przestrzeniach, jakie zostawił PRL.

Przestrzenie te były siermiężne. Ciężkie i niedomykające się drzwi sklepów, ich posadzki, których ubytki zamazano zaprawą, na szybach obłożona farba napisów „Sam Spożywczy”, „Wędliny”, „Nabiał”, „Pralnia Alba”. Niektóre wnętrza patroszono dla nowych sklepów, które miały być europejskie. Fragment szczebelatego chodnika przed wejściem zastępowano kolorową kostką betonową. Rzemieślniczo zrobione stare drzwi wyrzucano, wstawiając plastikowe. Posadzkę z mozaiki zastępowały panele. Gorszy materiał wypierał lepszy, ale było czysto i barwnie. Nowe sklepy nazywano salonami. Niektóre urządzano naprawdę kosztownie, na wzór magazynów berlińskich. Lecz Marszałkowska nie była Kurfürstendam. Sklep Lord z kosztowną odzieżą błyszczał obcością w zgrzebnym otoczeniu. Luksus manifestowany przez Mercedesy, płaszcz Hugo Boss i buty Salamander nie znajdował podłoża. Jezdnie były dziurawe, spod obłożonych płyt chodnikowych tryskało błoto.

Mentos to przyjaciel twój. Inflacja sięgnęła 250 proc. w 1989 r. i 585 proc. w roku następnym. Życie społeczne wpadło w zadyszkę – starano się jak najszybciej wydać zarobione pieniądze, bo następnego dnia były mniej warte. Stąd gorączkowy ruch na bazarach i rozkwit kantorów wymiany walut – oparciem dla gospodarki był dolar. Za dolary kupowano mieszkania i samochody. Kto zarabiał w tzw. walucie, czuł się pewnie. Reszta żyła z dnia na dzień. W 1991 r. inflacja wyniosła 70 proc., co przyniosło ulgę, a w następnych latach zmalała na tyle, że można było w 1995 r. skreślić na banknotach cztery zera i wprowadzić do obiegu nowe złote, zwane międzynarodowo PLN. Powrócił bilon. Inflacja wciąż przekraczała 20 proc., ale czym to było wobec niemal 200 proc. w Rosji (1995 r.) czy 1 tys. proc. w Bułgarii (1997 r.)? Inaczej mówiąc, od połowy dekady można było planować życie codzienne. Na przykład odkładać pieniądze w banku, i to nie w walucie.

W 1989 r. istniało w Polsce ok. 20 banków, obsługujących przede wszystkim interesy państwa i jego przedsiębiorstw. Kilka lat później działało już 80, które kredytowały przede wszystkim prywatny biznes. Natomiast u progu XXI w. pracowało już niemal 600 banków (wraz z oddziałami). Oznaczało to, że społeczeństwo zostało wprzęgnięte w system bankowy, który zaczął współtworzyć codzienność wraz ze swoimi sieciami bankomatów i kart płatniczych. Znikało też stopniowo określenie „ciułacz”, odnoszące się do obywatela, który próbuje oszczędzać wśród niedoboru i bez perspektyw.

Perspektywy rysowały się teraz w kolorowych reklamach, które miały uwodzić szarych ludzi, naklejane na okna mnożących się oddziałów bankowych. Pierwszy

w Polsce bankomat zainstalowano w Warszawie w 1987 r., do połowy następnej dekady istniały tylko w dużych miastach. Ale w 1999 r. działało ich już 12 tys., potem ta liczba podwajała się co dwa lata. Systemy Visa i Mastercard, powstałe na Zachodzie w latach 70., stały się powszechnie używane. Pierwszą kartę dla klienta indywidualnego (a nie firmy) wprowadził bank Pekao w 1991 r., a w ciągu 20 lat liczba używanych kart zbliżyła się do liczby mieszkańców. Pozostała jednak na tle Europy niska: w 2011 r. na obywatela Polski przypadła będzie 0,8 karty przy średniej europejskiej 1,5 (w Szwecji 2,15).

Wraz z rynkiem pojawił się konsument szukający w zakupach potwierdzenia swej wartości. Nie dla niego był warszawski Lord, wciąż raczej bazarowa budka. Lecz wielkie koncerty międzynarodowe interesowały się wschodzącymi rynkami, jak to nazywano, mierzyły lokalną siłę nabywczą i perspektywy wzrostu. Szykowały się do wchodzenia na nowe terytoria. Znakiem tego było pojawienie się supermarketów – Rema 1000 czy Billa – które stanowiły wyzwanie dla planktonu sklepikowego czyniącego polski biznes jednym z najdrobniejszych w Europie.

Po przeminięciu fali hiperinflacyjnej rozpoczęła się gorączka zakupów. Do dóbr najważniejszych należał kolorowy telewizor. W pierwszej połowie lat 90. pozbywano się ostatnich czarno-białych Antaresów czy Neptunów, zastępując je telewizorami Otake albo Curtis. Były to odbiorniki na pilota, co stanowiło wielką atrakcję. Można było z kanapy zmieniać kanały, których przybywało – zarówno możliwych do złapania na antenę prywatnych stacji, zwłaszcza z oferty kablówek (inne słowo klucz epoki), czy też dzięki mnożącym się na fasadach bloków talerzom telewizji satelitarnej. W 1991 r. pewien mieszkaniec niewielkiego miasta, który właśnie utracił pracę w branży budowlanej, pokazywał z dumą nowy kolorowy telewizor z pilotem: „Chodzi jak zegarek!”. Spędzał teraz przed nim długie godziny. Pozorny paradoks, jakim było zaopatrywanie się przez gospodarstwa pogrążone w kryzysie w nowy sprzęt tv czy wideo, był zupełnie zrozumiały w perspektywie ich życia: próbowały zorganizować sobie jakiegokolwiek przyjemności pozwalające zapomnieć o pustce dnia. Skakanie po kanałach stało się elementem małego domowego dobrostanu.

„Czy lubi Pani Atlas, czy Atlas Pani zna? Ja Pani wytłumaczę, co Atlas Pani da!” – śpiewał Andrzej Rosiewicz w telewizyjnej reklamie kleju. Mężczyźni tłumaczyli kobietom, dlaczego taki proszek do prania usunie wszelki brud, a taka pasta do zębów jest lepsza od innych (wtedy występowały w kitlach lekarskich). Przejęte i uszczęśliwione gospodynie z ekranu przyjmowały te dobrodziejstwa, wprowadzające do nowego życia, obowiązkowo rodzinnego, wokół stołu w pięknej kuchni. Bohaterowie reklam często poruszali ustami w rytm zdań niemieckich czy angielskich, a nie polskich, ale szczerze cieszyli się cukierka-



Okolice dworca autobusowego Warszawa Stadion, grudzień 1993 r.

mi Werthers Original albo wypranymi koszulami. Dzięki ci, Omo, pasta Kiwi but ożywi, Cif prawdziwa świeżość w łazience, Chio Chips dla młodszych oraz starszych, Mentos to przyjaciel twój, Cola Cao to zdrowe kaloryczne kakao, Bounty smak raj, a kawy Jacobs filiżanka najlepsza chwila poranka.

Odrobina luksusu. Reklamy przeplatały się z serialami, które także przedstawiały atrakcyjne elementy codziennego życia. Na rynku pojawiały się zaś dobra, które dotąd można było tylko zobaczyć na ekranie, jak masło orzechowe, bohater amerykańskich seriali dla młodzieży. Chodziło o odrobinę luksusu, jak w reklamie dezodorantu Fa orzeźwiającego jak poranna bryza. Trudno było mierzyć się z luksusem prawdziwym, ukazywanym w „Dynastii”, chociaż „amerykańskie” domy budowano właśnie na obrzeżach miasteczek, często dzięki pieniądзом przysyłanym przez rodziny w USA. Przed nimi trawniki wymagające regularnego strzyżenia, zamiast pocziwego ogródka z malwanami.

Domową odrobiną luksusu były sprzęty codziennego użytku. Pozbywano się starych sokowirówek i prodiży, kupowano czajniki elektryczne (dotąd rzadkość), ekspresy do kawy, nietłukące się szklanki Arcoroc. Poważniejszą inwestycją były baterie umywalkowe z dźwignią zamiast kurków (jak w McDonaldzie!), kabina prysznicowa zamiast żeliwnej wanny oraz plastikowe okna, których nie trzeba już było na zimę uszczelniać gazetami czy watą, a które zapewniały domowe ciepłko ulubione przez mieszkańców Polski. Otwierał się sezam z meblami: pierwszy sklep koncernu IKEA otwarto na warszawskim Ursynowie już w 1990 r. Ludzie oblegali pawilon, który z zewnątrz przypominał typowy peerelowski sklep o okratowanych oknach, ale wewnątrz oferował niezwykle atrakcje. Na kanapach i krzesłach można było usiąść, a szafki otwierać, co dotąd nie wchodziło w zakres wyobrażeń o sklepie meblowym.

Meblówianki, na które jeszcze kilka lat wcześniej czekano w kolejkach społecznych, straciły swój urok. Usuwano boazerie, oznakę dobrostanu lat 70., a także ozdoby w rodzaju mat na ścianie z wpiętymi znaczkami klubów sportowych czy wiklinowe pająki. Likwidowano zasłonki z plastikowych kolorowych pasków albo drewnianych koralików, zastępujące drzwi do kuchni. Zrywano posadzki z lenteksu, kładziono panele. W drugiej połowie lat 90. by-

Guma do żucia.

