

Julia A. Majewska

NEONY W KONTEKŚCIE PRZESTRZENI MIEJSKIEJ WARSZAWY W LATACH 1955–1975. ANALIZA PROPAGANDOWEJ FUNKCJI WARSZAWSKICH NEONÓW W OKRESIE PRL¹

Neony pojawiające się w przestrzeni miejskiej Warszawy w latach 1955–1975 można traktować jako artystyczne „narzędzia” wykorzystywane w politycznej grze prowadzonej przez organy władzy państwowej czasów PRL-u². Planowe zdobienie stolicy neonami, którego celem było nie tylko doświetlenie

- 1 Artykuł powstał na podstawie badań prowadzonych przez autorkę w ramach pisania pracy licencjackiej i pracy magisterskiej; J.A. Majewska, *Neony w kontekście przestrzeni miejskiej Warszawy od 1956 do 1975 roku. Funkcje i charakterystyka formalna*, praca licencjacka napisana w Instytucie Historii Sztuki na Wydziale Historycznym UW pod kierunkiem dr M. Wróblewskiej, Warszawa 2018; J.A. Majewska, *Analiza przestrzeni miejskiej Warszawy jako pola propagandy wizualnej w latach 1955–1975. Wybrane przykłady dekoracji witryn parterów handlowych i neonów pełniących propagandową funkcję*, praca magisterska napisana w Instytucie Historii Sztuki na Wydziale Historycznym UW pod kierunkiem dr. hab. M. Lachowskiego, Warszawa 2020.
- 2 Wyznaczenie cezury czasowej jest zawsze bardzo trudne i niepewne, to arbitralny wybór badacza. Mówienie o początku i końcu złożonej epoki historycznej lub – jak w omawianym przypadku – kilku epok, składających się na badany okres, ma zawsze charakter umowny. Ramy czasowe są płynne, co wynika z ciągłości wydarzeń historycznych, ich nieostrych konturów, trwania „starego” i w tym samym czasie pojawiania się „nowego”. Na potrzeby artykułu jednak początkową datę wyznaczy rok 1955 i odbywający się wówczas w stolicy V Światowy Festiwal Młodzieży i Studentów. Było to pierwsze wydarzenie od wybuchu wojny, w którym Polacy, zduszeni przez ostatnie lata rygiem stalinizmu, mieli możliwość kontaktu na tak wielką skalę z zagranicznymi gośćmi, ich odmienną mentalnością i podejściem do życia. Wpłynęło to nie tylko na zmianę biegu wielkich wydarzeń historycznych, przyczyniając się m.in. do symbolicznego przełomu październikowego 1956 roku, ale w pewnym stopniu również pozwoliło na aktywną i krytyczną analizę sytuacji politycznej w Polsce, pokazało inne oblicze państw za żelazną kurtyną oraz uwrażliwiło mieszkańców Warszawy na odczuwanie jej wyglądu i przestrzeni. Kończącą granicę periodyzacji wyznaczają dwie daty – 1970 i 1975 rok. Pierwsza jest umowna, od lat stosowana przez historyków, odnosi się do wydarzeń grudniowych, kończących rządzą Władysława Gomułki. Wraz z początkiem epoki Edwarda Gierka nastąpiło większe otwarcie na świat, a dzięki zaciągniętym za granicą kredytom szybki rozwój gospodarczy, załamany jednak w połowie dekady. Rok 1975 to moment kryzysu, w jaki wpadła ówczesna Polska. W kontekście przestrzeni miejskiej Warszawy jego początek był wyraźnie widoczny poprzez masowe wyłączenie oświetlenia neonowego, związane z nagłym deficytem prądu w całym kraju. Ów kryzys częściowo przyczynił się także do wypadków w Ursusie i Radomiu w 1976 roku, a w dalszej konsekwencji do powstania „Solidarności” w 1980 roku.

przestrzeni, ale także podniesienie prestiżu Warszawy poprzez jej uatrakcyjnienie estetyczne, było rodzajem subtelnej propagandy wizualnej. Sztuka pojawiająca się w przestrzeni publicznej w omawianych latach podlegała rygorom biurokracji i centralizacji. System socjalistyczny skrupulatnie regulował dopływające do obywateli treści przekazywane w sztuce, określał także formę, którą przyjmowało dzieło artystyczne. Życie artystyczne toczące się w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej podlegało ścisłym, narzucanym odgórnie wytycznym. Sztuka była bowiem skutecznym narzędziem w prowadzonej przez komunistyczną władzę ideowej bitwie, będąc *ipso facto* codziennie dostępnym dla obywateli, nienachalnym, estetycznym źródłem propagandy³. Sztuka rozumiana jako narzędzie perswazji wizualnej odegrała w okresie PRL-u znaczącą rolę przede wszystkim w przestrzeni miejskiej, zwłaszcza w przestrzeni miejskiej Warszawy⁴. Status stolicy różnił się bowiem od pozycji pozostałych miast. Od 1955 roku, stanowiącego umowy początek cezury czasowej omawianego w artykule tematu, symbolicznego momentu kulturowego pęknięcia, przełomowego roku V Światowego Festiwalu Młodzieży i Studentów, Warszawa kreowana była na nowoczesną metropolię, dorównującą swym poziomem i wyglądem miastom zachodnim. Bez wątpienia uporczywie powtarzane hasło „nowoczesności” stało się niezwykle istotne i konstytutywne dla stosowanej wówczas propagandy wizualnej. To owa

- 3 Artykuł nie ma ambicji tworzenia definicji władzy ani analizowania jej charakteru. Konieczne jest jednak jasne określenie, co kryje się pod terminem „władza”, często tu używanym. Przede wszystkim należy zaznaczyć, że będzie ona rozumiana jako rządy autorytarne, obejmujące swoim wpływem wszystkie aspekty rzeczywistości kraju, w tym ograniczanie sfery publicznej, co wskazywać może na zapędy totalitarne. Skrupulatne regulowanie przez władzę wszelkiej działalności w sferze i przestrzeni publicznej wpłynęło na ostateczny charakter życia codziennego w stolicy oraz wygląd i urbanistykę Warszawy. Okres od 1955 do 1975 roku obejmuje końcowy czas władzy Bolesława Bieruta, długie lata rządów Władysława Gomułki oraz rozkwit i upadek polityki Edwarda Gierka. Pokazuje to, z jak szerokim spektrum różnych definicji władzy należy się mierzyć podczas badania tego okresu, złożonego z różniących się od siebie epok, w których takie konstytutywne dla artykułu imponderabilia, jak propaganda, nowoczesność czy codzienność znaczyły co innego i odgrywały inną rolę. Bez wątpienia jednak w okresie 1955–1975 to właśnie decyzje i działania władzy państwowej najmocniej wpłynęły na życie codzienne warszawiaków, na ich postrzeganie i odbiór miasta i wreszcie na oblicze Warszawy.
- 4 Warszawa w omawianych latach była miastem zróżnicowanym, trudnym do sklasyfikowania pod względem urbanistycznym, będącym swoistym archipelagiem złożonym z różnych pod względem charakteru, wyglądu czy zabudowy dzielnic-wysp, trudno więc mówić o jednorodnym obrazie powojennej stolicy. Artykuł skupia się przede wszystkim na centralnej części miasta, najgęściej zabudowanej, najbardziej ruchliwej i najchętniej wykorzystywanej w celu uskutecznienia wpływów propagandy wizualnej. Nie znaczy to, że dzielnice poza Śródmieściem zostały w artykule całkowicie pominięte. Występują jednak na drugim planie, będąc rodzajem odniesienia dla działań dokonywanych w centralnej, najbardziej reprezentacyjnej części miasta. Warto również mieć na względzie kwestie finansowe – władze PRL nie były w stanie ozdobić neonami wszystkich warszawskich ulic. Skupiano się więc przede wszystkim na tych najbardziej znaczących dla danych dzielnic, na których występowała największa liczba lokali usługowo-handlowych. Dla Śródmieścia były to przede wszystkim okolice MDM-u, ulica Świętokrzyska, Aleje Jerozolimskie, Krucza i Nowy Świat (występujące na nich neony zostaną omówione w dalszej części artykułu), dla Ochoty – rejon ulicy Grójeckiej (m.in. bar „Biedronka”, neon biblioteki publicznej, powtarzalny neon „Jubilera”), Woli – rejon wolskiego PDT oraz okolice ulicy Wolskiej tuż przy skrzyżowaniu z Młynarską (m.in. neony: kina „W-Z”, baru „Wenecja”, wolskiego PDT), Żoliborza – rejon placu Komuny (dziś plac Wilsona) i ulicy Słowackiego (m.in. neon kina „Wisła”), Mokotowa – okolice ulicy Puławskiej (m.in. neon kina „Moskwa”, powtarzalny neon „Wedla”, charakterystyczne neonye prosiaczki sklepu mięsnego), Pragi – rejon Targowej i Jagiellońskiej (m.in. neon praskiego PDT czy kina „Praha”); mniej neonów było w okolicach ulicy Grochowskiej. Warto wspomnieć, że Powiśle było w tamtym czasie jedną z najciemniejszych dzielnic, pozbawioną niemal całkowicie neonowych instalacji.

szeroko rozumiana nowoczesność stanowiła źródło pozostałych, znanych powszechnie do dziś, funkcjonujących haseł PRL-u, m.in. „postępu”, „dziesiątej potęgi gospodarczej świata” czy „dobrobytu”⁵.

MROK WARSZAWSKIEJ ULICY

Nowoczesność ulicy w metropolii określa wiele czynników. Szczególnie istotne są elementy wizualne, przykuwające wzrok, będące rodzajem punktu zaczepienia, składnika miejskiej mozaiki. Po wojnie, aż do 1955 roku, warszawska ulica pozbawiona była w dużej mierze takich ożywczych elementów, które prowokowałyby intensywność życia publicznego, sfery wychodzącej poza próg domu, rozgrywającej się w przestrzeni miasta, podbudowującej aspekt wspólnoty, kształtowanie lokalnej tożsamości, a także radości wynikającej z życia w mieście, doświadczania jego specyficznej atmosfery i estetycznych przyjemności.

Przed wrześniem 1939 roku przestrzeń publiczna Warszawy obfitowała w mikro zdarzenia, będące sumą gęstości drobnych działań przechodniów, gestów międzyludzkich, ulicznego handlu, chaosu codziennego życia, a więc wszystkiego, co składa się na „spektakl ulicy”. Mikro zdarzenia, według badaczy psychologii społecznej zajmujących się „fenomenologią sytuacji ulicznej”, są wszystkimi tymi elementami, które składają się na codzienność doświadczeń w przestrzeni publicznej, drobnymi działaniami i interakcjami ożywiającymi ulicę, nadającymi miastu specyficzną atmosferę. Stwarzają one poczucie bezpieczeństwa, obecności życia w przestrzeni⁶. Bez wątplenia jednymi z najbardziej ożywiających miasto typów mikro zdarzeń są wszystkie elementy związane z gospodarką wolnorynkową i wynikającym z niej charakterem handlu, czego potwierdzeniem może być sytuacja przestrzeni miejskiej w przedwojennej Warszawie, a jej antytetycznym odpowiednikiem – powojenna warszawska ulica. W zachodnich miastach, w nowoczesnych i postępowych metropoliach, gdzie handel opierał się na zasadzie konkurencyjności, uliczne mikro zdarzenia stawały się koniecznością wpisaną w codzienność. Bez reklamy, zachęcenia potencjalnego klienta do kupna określonego produktu czy skorzystania z usług lokalu, wreszcie bez interakcji ulicznej handel nie byłby możliwy. Ryszard Kapuściński pisał następująco: „kuszą, nawołują, osaczają wystawami, reklamami, nowościami, pomysłami, cudami, blichтром, [...] kipią, iskrzą się, pachną, huczą, trąbią, fruują, wybuchają”⁷. W komunistycznej Polsce, gdzie obowiązywała scentralizowana dystrybucja dóbr, aż do przełomu związanego z V Światowym

5 Więcej o „propagandzie sukcesu” i micie „dziesiątej potęgi świata” zob. m.in.: S. Kamosiński, *Polak potrafi. Mit dziesiątej potęgi świata*, „Polityka. Pomocnik historyczny”, 2010, nr 14, s. 40–43.

6 A. Moles, E. Rohmer, *Labyrinthes du vécu. L'espace: matière d'actions*, Paris 1982, s. 143 i nast.; J. Trempała, *Psychologia rozwoju jako nauka o genezie życia psychicznego: przełomowe dokonania i kierunki przyszłych badań*, „Psychologia rozwojowa”, 2012, nr 1, s. 23.

7 R. Kapuściński, *Lapidaria*, Warszawa 2002, s. 80.

Festiwałem Młodzieży i Studentów i odwilżą 1956 roku brakowało tego aspektu codzienności miasta. Działalność handlowa nie prowokowała masowo mikrozdarzeń – nie wpisały się więc one w realia powojennej warszawskiej ulicy. Brakowało gęstości reklamowej typowej dla miast, w których prywatne przedsiębiorstwa nastawione były na komercyjny sukces, a więc pokazów, napisów, hasel zwracających uwagę, reklam przyciągających wzrok, stoisk reklamowych, szeroko rozumianych działań potęgujących handlową skuteczność.

Na brak ten zaczęto zwracać większą uwagę po festiwalu, który znacząco wpłynął na zmianę świadomości mieszkańców stolicy, spotęgował świadome myślenie o socjalistycznej rzeczywistości, estetyce socrealistycznej i – co w kontekście niniejszego artykułu najważniejsze – o przestrzeni miasta. Festiwal zachwiał wiarę młodzieży socjalistycznej w narrację głoszącą zepsucie świata Zachodu. Jeszcze przed Październikiem 1956 roku odbyły się pierwsze wyjazdy zorganizowanych grup polskich do miast zachodnich. Były one dla uczestników bolesną konfrontacją polskiej rzeczywistości z życiem na Zachodzie oraz z całkowicie kłamliwym obrazem tworzonym przez komunistyczną propagandę. „Zgniół Zachód” okazał się pełen radości, intensywności życia i nowoczesności, ogromna liczba miast była odbudowana, zachwycała ich architektura, a poziom życia tamtejszych ludzi w drugiej połowie lat pięćdziesiątych był bez porównania wyższy niż w PRL-u⁸. Wydarzenia Października były więc kwestią czasu. Przestrzeń miasta musiała się zmienić, a treści propagandowe przemycane do sfery publicznej stać się subtelniejsze i przyjąć nowocześniejszą, bardziej przystającą do aktualnych czasów formę. Wydarzenie to wpłynęło więc znacząco na estetykę miasta i późniejsze elementy wizualne w nim się pojawiające. Badacz PRL-u Błażej Brzostek pisał: „festiwal będzie powracać w rozważaniach o mieście, o wyglądzie ulic i zachowaniach mieszkańców. Stanie się wręcz wspomnieniem pokoleniowym i, co istotne, na długo określi wyobrażenia o możliwościach życia miejskiego, na co dzień bardzo różniącego się od tamtego «święta»”⁹.

Jedne z pierwszych artykułów krytycznie opisujących przestrzeń polskich miast – a szczególnie Warszawy – zwracały uwagę przede wszystkim na brak wystarczającego oświetlenia ulic. Zazdrozczono krajom zachodnim, a teksty uzupełniane licznymi fotografiami ukazywały inny, egzotyczny świat, daleko wyprzedzający polską rzeczywistość. Na łamach „Expressu Wieczornego” we wrześniu 1956 roku pisano o Berlinie Zachodnim: „Neony, neony, światła, reklamy, barwy, błyski. [...] Tu nie ma co błagować – to oszałamia. Na «Ku-dammie» trudno opędzić się od gorzkiej myśli na temat «ciasnej, ale własnej», rozpaczliwie ustabilizowanej nudy warszawskich ulic”¹⁰. Z kolei w „Architekturze” pojawił się taki głos: „Wiedeń tętni życiem. [...] Miasto wieczorem

8 Zob. m.in. A.C., *Konkurs na dworzec kolejowy w Neapolu*, „Stolica”, 1956, nr 29, s. 12-13; J. Wierzbicki, *Autokarem przez Austrię, Szwajcarię, Francję i Włochy północne*, „Architektura”, 1957, nr 1, s. 2 i nast.

9 B. Brzostek, *Za progiem. Codziennosc w przestrzeni publicznej Warszawy lat 1955-1970*, Warszawa 2007, s. 34.

10 S. Henel, *Na „Ku-dammie” i gdzie indziej*, „Express Wieczorny”, 29-30 września 1956, s. 3.

mieni się, drga fantastycznym zestawem reklam i neonowych napisów”¹¹. Neon stanowił pewnego rodzaju symbol, był nieodłączną częścią wyobrażeń o wielkim mieście, kojarzył się z uciechami nocnego życia, a dla warszawiaków także z pejzażem przedwojennej Warszawy, zupełnie odmiennym od tego, co na co dzień mogli oglądać w swoim mieście. Neon był więc elementem nierozzerwalnie związanym z egzotycznym, kolorowym, lepszym światem wolności, naturalnie utożsamianym z kapitalizmem.

Przed 1955 rokiem Warszawa zlewała się w szarą plamę, brakowało oznaczeń i jakiegokolwiek dekoracyjnej reklamy. Neon po wojnie był rzadkością. Kres przedwojennym warszawskim reklamom świetlnym przyniosło bombardowanie miasta przeprowadzone przez niemieckie siły powietrzne w 1939 roku, które zrównało z ziemią ogromną liczbę śródmiejskich kamienic, często uzupełnionych neonami (il. 1)¹². Te, które przetrwały i nadal mogły się świecić, działały do 1942 roku – wówczas to wprowadzono bezwzględny nakaz nocnego zaciemniania miasta. Według zachowanych źródeł wojnę przetrwał tylko jeden warszawski neon Komunalnych Kas Oszczędnościowych, zamontowany przed wojną na kopułowym dachu kamienicy stojącej na rogu Alej Jerozolimskich i Poznańskiej. Zdemontowano go dopiero w 1952 roku, kiedy Komunalne Kasy Oszczędnościowe zamieniono na Powszechną Kasę Oszczędności, a w miejsce neonu umieszczono inny – „PKO – oszczędzaj w – PKO”.

Do drugiej połowy lat pięćdziesiątych w przestrzeni miasta pojawiały się pojedyncze neony o lapidarnej i klarownej formie, pełniące funkcję raczej informacyjno-dekoracyjną oraz doświetlającą niż reklamową. Przykładami mogą być powtarzalne neony tworzone dla Klubu Międzynarodowej Prasy i Książki (m.in. neon dekorujący salon przy placu Unii Lubelskiej 1 w Warszawie)¹³. Bez wątplenia najciekawszym, zapowiadającym najlepszy pod względem artystycznym czas dla tej formy instalacji i zachowanym do dziś najstarszym neonem warszawskim jest globus reklamujący upaństwowione biuro podróży Orbis (il. 2). Znajdujący się na dachu domu przy skrzyżowaniu ul. Brackiej i Alej Jerozolimskich 34, wielokrotnie restaurowany, świeci niemal bez przerwy w tym samym miejscu od 1951 roku. Neonowy globus był jednym z pierwszych warszawskich neonów pojawiających się w stolicy od 1956 roku,

11 J. Wierzbicki, *Autokarem przez Austrię...*, s. 2 i nast., s. 40.

12 Historia stołecznych neonów zaczęła się w 1926 roku, kiedy miasto wydało zgodę na umieszczenie reklamy Zjednoczonych Browarów Warszawskich „Haberbusch i Schiele” na dachu tzw. Willi Marconiego stojącej u zbiegu ulicy Marszałkowskiej i Alej Jerozolimskich. Przed rokiem 1926 wykorzystywano różne rodzaje reklam świetlnych, m.in. żarówkowe, z neonów jednak nie korzystano, przede wszystkim ze względów ekonomicznych. Na te drogie w utrzymaniu nośniki reklamowe pozwolić mogły sobie jedynie najbogatsze przedsiębiorstwa, takie jak „Haberbusch i Schiele”, największy w tamtym czasie browar w Polsce i jeden z większych w Europie. Wizualny efekt neonu był jednak tak spektakularny, że wkrótce większe przedsiębiorstwa, takie jak „Wedel”, „Plutos” czy „Schicht”, zaczęły inwestować w ten rodzaj reklamy. Neony te, oprócz oczywistej funkcji estetycznego doświetlenia miasta i rodzaju drogowskazu, elementu orientacyjnego w przestrzeni miejskiej, pełniły przede wszystkim funkcję komercyjną. Były atrakcyjnymi wizualnie reklamami, które zachęcały do odwiedzenia danego lokalu, skorzystania z jego usług lub oferty. Historia neonów przedwojennych jest niezwykle interesująca, stanowi jednak odrębny temat, wymagający osobnego, obszernego opracowania.

13 Zob. *Współczesne polskie księgarstwo. Mały słownik encyklopedyczny*, red. R. Cybulski, Wrocław 1981, s. 96–97.



1. Aleje Jerozolimskie nocą. Po lewej stronie widoczny neon reklamowy Zjednoczonych Browarów Warszawskich „Haberbush i Schiele” zamontowany w 1926 roku, pośrodku neon KKO, z prawej neonowe hasło „Gotujcie na gazie”, fot. z 1935 r.
Źródło fotografii: NAC sygn. 1-F-533-2



2. Widok Alej Jerozolimskich w kierunku Nowego Świata. Z lewej widoczny fragment elewacji budynku Orbisu przy Brackiej 16 oraz neonowy globus zamontowany w tym miejscu w 1951 roku. Z prawej strony widoczny budynek Banku Gospodarstwa Krajowego (Al. Jerozolimskie 7) podczas rozbudowy, fot. Z. Siemaszko, 1955-56 r.

Źródło fotografii: NAC sygn. 51-582-5

wychodzących spod ręki wysokiej klasy plastyków i architektów, pracujących dla Przedsiębiorstwa Usług Reklamowych „Reklama”, które odmieniło nocne oblicze stolicy PRL-u.

Już na początku lat sześćdziesiątych pisano: „kilka lat temu ulice miast wyglądały szaro, bezbarwnie, a teraz widać znaczną poprawę”¹⁴. Od drugiej połowy lat pięćdziesiątych zaczęto myśleć całościowo o ulicy jako jednolitej przestrzeni, składającej się z różnych, ale współgrających ze sobą elementów. Nacisk kładziono na różnego rodzaju znaki graficzne – rozklejane w mieście plakaty, szyldy lokali oraz neony. „Cywilizacja wielkomiejska w coraz większym stopniu zmuszona jest operować skrótami, symbolami i najogólniejszymi znakami, tworząc

14 J. Jurkszus-Tomaszewska, *Nowy kraj - niezany kraj*, „Kultura”, 1961, nr 5, s. 72.

nowe, wyspecjalizowane środki porozumienia. Najczęściej są to języki graficzne, rzadziej dźwiękowe”¹⁵. Bez wątplenia to właśnie neony były najbardziej dekoracyjnym elementem miastotwórczym Warszawy. To one, tworząc nocny pejzaż, kolorową impresję miasta po zmroku, nareszcie bardziej przyjaznego, estetycznie doświetlonego, sprawiały, że przestrzeń przestawała być szara i nabierała wielkomięjskiego sznytu. Do projektowania ciągów ulicznych zatrudniano architektów i plastyków, którzy współpracując, tworzyli kompleksowe założenia miejskie, w których żaden element nie był przypadkowy. Bez wątplenia takie całościowe, zorganizowane, planowe myślenie o przestrzeni i jej koherentnych elementach było sposobem nowoczesnego tworzenia miasta. Ogólny wizerunek Warszawy zaczął się stopniowo korzystnie zmieniać. Projektowane przez artystów plastyków, umieszczane w przestrzeni miejskiej instalacje neonowe sprawiły, że okres od 1956 do 1975 roku można nazwać złotą erą neonów, niemającą – co unikalne – komercyjnego charakteru. Neony stały się jednymi z najważniejszych i najpiękniejszych ulotnych ornamentów nowoczesnej Warszawy.

Neonizacja przeprowadzana od 1958 roku była wynikiem kilku wydarzeń, które zbiegły się w czasie. W momencie, w którym na łamach „Architektury” i „Stolicy” zaczęto publikować wspomniane wcześniej relacje z polskich wycieczek na Zachód, ówczesny prezydent Warszawy Zygmunt Dworakowski odbył podróż do Anglii, która w następstwie spowodowała go do zmiany myślenia o przestrzeni miejskiej i jej wyglądzie. Podróż ta zaowocowała między innymi opublikowaniem przez redakcję „Stolicy” ankiety, w której pytano czytelników, co chcieliby przenieść z zachodnich miast na rodzimy grunt¹⁶. Pojawiające się na łamach „Stolicy” odpowiedzi skłoniły władzę do wyjścia naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców, spragnionych zachodniego stylu życia w nowoczesnej metropolii. Popularne stały się hasła „więcej światła dla Warszawy”, „więcej oświetlonych wystaw”, „więcej czynnych neonów i reklam”. Doświetlenie Warszawy stało się priorytetem w chwili, w której pozostałe polskie miasta, niemające statusu stolicy, m.in. Katowice i Wrocław, świeciły się nocą znacznie bardziej niż Warszawa, korzystając przede wszystkim ze światła neonowych. Złożono wiele obietnic i zapewnień, że władza zrealizuje projekt masowego oświetlania stolicy¹⁷. „Aby zrozumieć późniejszy sukces akcji, trzeba spojrzeć na nią z punktu widzenia ówczesnego reżimu, któremu zależało na podtrzymywaniu fikcji, że wsłuchuje się w oczekiwania społeczeństwa. Z drugiej strony – relatywnie niewielkim wysiłkiem i kosztem – pojawiła się możliwość nadania Warszawie pozorów wyglądu właściwego nowoczesnej metropolii”¹⁸. Rzeczywiście akcja ta, u której podstaw leżał przede wszystkim interes władzy, zaowocowała niezwykle ożywczym i atrakcyjnym wizualnie etapem w historii Warszawy, który nigdy potem już się nie powtórzył. Jego fenomenowi upatrywać należy przede wszystkim, co paradoksalne, w ówczesnym systemie ściśle regulującym każdy pojawiający się w przestrzeni

15 A. Wallis, *Socjologia wielkiego miasta*, Warszawa 1967, s. 77.

16 Zob. „Stolica”, 1958, nr 39, s. 7.

17 Zob. m.in.: *Więcej światła dla Warszawy*, „Życie Warszawy”, 1958, nr 263, s. 8.

18 I. Tarwacka, J. Zieliński, *Neony...*, s. 61-62.

miejskiej element. Dominująca własność państwowa i spółdzielcza oraz centralne planowanie pomagały w planowym procesie zdobienia warszawskich ulic neonami, pozwalały bowiem na kompleksowe projektowanie tych znaków świetlnych przez plastyków i architektów. Neony były spójne wizualnie, współgrały z przestrzenią, w której miały się znajdować oraz z architekturą budynku, który miały dekorować. Co najważniejsze jednak, prezentowały wysoki poziom artystyczny. Doświetlone neonami nocne ulice miały zapewnić mieszkańcom większe poczucie bezpieczeństwa po zmroku. Akcja prowadzona od 1958 roku przez całe lata sześćdziesiąte nie została jednak ukończona, zabrakło funduszy na realizację wszystkich zaplanowanych projektów. W pełni oświetlone były jedynie główne ulice Śródmieścia i najważniejsze arterie pozostałych dzielnic, na mniejszych uliczkach i osiedlowych alejkach pojawiały się niewielkich rozmiarów neony, były one jednak bardziej elementem dekoracyjnym niż doświetleniem przestrzeni.

„REKLAMA” DOŚWIETLA WARSZAWSKĄ NOC

Na fali przemian polityczno-społecznych w 1955 roku Ministerstwo Handlu Wewnętrznego wydało pozwolenie na reklamowanie towarów i usług, w ramach którego opracowano nowe przepisy zezwalające na stosowanie dużych form reklamowych, w tym wielkoformatowych neonów¹⁹. W lutym 1956 roku MHW wydało zgodę na powołanie Przedsiębiorstwa Usług Reklamowych „Reklama” (PUR „Reklama”), jednostkę gospodarczą²⁰ zatrudniającą artystów plastyków tworzących masowo projekty neonów. W kraju funkcjonowały jeszcze inne jednostki zajmujące się m.in. ich produkcją – Spółdzielnia Pracy „Argon”, Spółdzielnia Pracy „Elektrotechnika”, Spółdzielnia Pracy „Spójnia”, Spółdzielnia Pracy Reklam Świetlnych „Lumen”, Spółdzielnia Pracy SBDT – Grupa Reklam Świetlnych w Warszawie czy Pracownia Sztuk Plastycznych. PUR „Reklama” było jednak przedsiębiorstwem w pełni poświęconym tylko tej formie artystycznej, skupionym na kompleksowym projektowaniu i montażu neonów, odznaczającym się nowoczesnym podejściem i różnorodnością wykorzystywanych materiałów. Powstanie „Reklamy” było więc, z jednej strony, wynikiem wzmożonego od 1956 roku zapotrzebowania państwowych przedsiębiorstw na ten rodzaj dekoracji miejskiej, będący jednocześnie „reklamą” nie tylko samego lokalu, ale także całego miasta, aspirującego do rangi europejskiej, nowoczesnej metropolii²¹. Z drugiej zaś strony, dla MHW powołanie „Reklamy” było rodzajem odpowiedzi na nasilające się głosy niezadowolenia z wyglądu miasta i tworzyło pozór wsłuchiwania się w uwagi obywateli. Otwarcie

19 Zob. m.in.: M. Peźnińska, *Krótką Historią. Polskiego Neonu Lat 50., 60. i 70.*, <http://www.neonmuzeum.org/krotka-historia> [dostęp: 28 V 2020].

20 W okresie omawianym w artykule wszystkie przedsiębiorstwa podlegające państwu nazywano w ogólnym ujęciu jednostkami gospodarki uspołecznionej (JGU), natomiast prywatne, rzadko występujące, jednostkami gospodarki nieuspołecznionej (JGN).

21 W latach 1956–75 funkcja reklamowa, czyli komercyjna – z racji sytuacji polityczno-ekonomicznej – traci na znaczeniu, dlatego też słowo „reklama” w odniesieniu do neonów z tamtego okresu zapisywane jest w cudzysłowie.

„Reklamy” okazało się więc działaniem w dużym stopniu koniunkturalnym, przedsiębiorstwo realizujące dzięki wspaniałomyślności władzy na ogromną skalę wyczekane przez obywateli neony było dla rządzących opłacalne. Zmasowana produkcja neonów uświadamia ogrom zapotrzebowania państwowych przedsiębiorstw na tego rodzaju dekoracje świetlne, a także wprzęgnięcie ich w propagandową maszynę systemu. Stosowanie nowych technologii oraz korzystanie z dużej ilości prefabrykatów świadczyły o znacznych funduszach państwowych przeznaczanych na ich produkcję (choć, jak już wspomniano, doświetlając miasto skupiano się przede wszystkim na głównych ulicach), kreując tym samym dowód na to, że Polska jest państwem bogatym, dobrze prosperującym i nowoczesnym. Rzeczywiście trzeba przyznać, że wraz z upadkiem systemu neony straciły swojego możliwego i najważniejszego mecenasa.

W kwietniu 1972 roku „Reklamę” przekształcono w Stołeczne Przedsiębiorstwo Instalacji Reklam Świetlnych (SPIRŚ), wchodzące w skład Zjednoczenia Przedsiębiorstw Budownictwa Komunalnego. „Reklama” w latach siedemdziesiątych osiągnęła szczytowy rozwój, zatrudniając około trzystu pracowników (w tym projektantów), by ostatecznie zakończyć swoją działalność w 1993 roku, gdy pozostawiła po sobie około pięciu tysięcy częściowo zrealizowanych projektów neonów (znaczna ich część trafiła do archiwum Muzeum Sztuki Nowoczesnej, a także do Muzeum Neonów)²².

O „Reklamie” chętnie pisano w prasie²³. Zwracano uwagę na projekty wykorzystujące motywy i rozwiązania obecne w sztuce użytkowej, nawiązania do aktualności znanych z grafiki, plakatu czy typografii, a także popularnych wówczas mozaik, tworząc spójny język plastyki lat pięćdziesiątych, sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Obecne były również nawiązania do przedwojennych projektów reklam świetlnych, z jednoczesnym łączeniem aktualnego języka plastycznego, nadającego całości nowoczesnego charakteru. Realizacje wyróżniały się finezją, humorystycznymi elementami graficznymi, odchodzeniem w stronę abstrakcji w znakach ikonograficznych, a także delikatnością i wyszukaną linią czcionek, które sprawiały, że sam napis nabierał cech ornamentalnych.

NEONY WARSZAWY W LATACH PIĘĆDZIESIĄTYCH I SZEŚĆDZIESIĄTYCH

Jednym z pierwszych neonów zaprojektowanych w 1956 roku na zlecenie „Reklamy” był „Jubiler”, łączący napis ze znakiem graficznym. Powtarzalny neon do dziś kojarzony jest z branżą jubilerską. Po raz pierwszy projekt zrealizowano

22 Zob. P. Giergoń, *Neony Warszawy*, http://www.sztuka.net/palio/html.run?_Instance=www.sztuka.net.pl&_PageID=846&newsId=13435&callingPageId=845§ionId=222®ionId=122&cms=newser&catId=1&Checksum=207322654 [dostęp: 25 III 2018]; „Punkty odniesienia na świetlnej mapie miasta”, czyli w blasku pierwszych polskich neonów, <https://blokrekamowy.blogspot.com/2014/03/punkty-odniesienia-na-swietlnej-mapie.html> [dostęp: 28 V 2020].

23 Zob. m.in.: H. Jarzęcka, *Neony, neony, neony*, „Stolica”, 1956, nr 39, s. 4.

w 1957 roku dla eleganckiego sklepu z biżuterią przy ul. Puławskiej 1, obok placu Unii Lubelskiej. „Na dachu, lekko zawieszony na konstrukcji stalowej, czerwony napis Jubiler. Od tego napisu w dół po narożniku spada złoty łańcuch zakończony dużym brylantem. Poszczególne ogniwa łańcucha zapalają się stopniowo, by za chwilę zgasnąć, ustępując miejsca napisowi srebro-złoto, wprowadzającemu klienta już do wnętrza sklepu. Napis ten w kolorze zielonym” – pisano w „Stolicy”²⁴. Projekt ten chętnie realizowano w innych miejscach Warszawy, a także poza nią, w wielu polskich miastach. Jego ujednoczona forma, w dwóch wersjach (wyglądem różniły się litery „J”), była atrakcyjnym elementem dekoracyjnym sklepów jubilerskich, powszechnie funkcjonującym w świadomości odbiorców jako znak ikonograficzny, immanentnie wpisany w oprawę wizualną tej branży. Wystarczy wspomnieć neon z pl. Konstytucji (pod arkadami, u wylotu ulic Koszykowej i Pięknej), na dachu hotelu Metropol przy ul. Marszałkowskiej 99a, w Alejach Jerozolimskich przy rogu Kruczej czy na ul. Grójeckiej 30 (łańcuch uzupełniał tylko neon z ul. Puławskiej, Al. Jerozolimskich i rogu Kruczej). Najpopularniejszą formą neonów projektowanych przez „Reklamę” w latach 1956–57 były drobne napisy o syntetycznej formie, z pogranicza liternictwa i ornamentu. Anonsowały one charakter lokalu oraz rodzaj dostępnych (przeważnie tylko teoretycznie) towarów – były to m.in. apteki, restauracje, bary, sklepy odzieżowe i obuwnicze, drogerie, delikatesy etc. Te neony pełniły funkcję informacyjną, będąc rodzajem punktu orientacyjnego w topografii miasta. Niewielkich rozmiarów subtelne napisy pojawiały się częściej niż monumentalne, neonowe znaki graficzne. Oczywiście w stolicy montowano także świetne wizualnie, wielkoformatowe neony, m.in. „Bar Cristal” i „Cristal Restauracja Bar” z dachu budynku przy skrzyżowaniu ul. Marszałkowskiej i al. Armii Ludowej, reklamujące węgierską restaurację „Cristal Budapest”, stanowiły one jednak do 1958 roku mniejszość w stosunku do niewielkich rozmiarów neonów. Dopiero w ramach akcji neonizacji stolicy (od 1958 roku) popularne stały się neony monumentalne, szczególnie dachowe. Warto w tym miejscu przywołać te najpopularniejsze wielkoformatowe realizacje, które do pewnego stopnia określiły charakter wizualny ulic, które dekorowały. W 1956 roku powstał m.in. projekt popularnego, nieistniejącego już neonu „PZU Ubezpiecza Ciebie i Twoje Mienie”. Powtarzalne logo PZU – trzy czerwone litery (Z nieco wyższe niż dwie pozostałe) otoczone niebieskim kręgiem oraz czerwony, prosty napis ulokowano na dachu gmachu BGK od strony Alej Jerozolimskich i Nowego Świata. Neon oświetlał ten – w tamtym czasie ciemny – fragment Śródmieścia i zamykał perspektywę ulicy, dominując nad skrzyżowaniem głównych arterii miasta. Warto również wspomnieć o neonowych listwach podświetlających na żółto falisty, żelbetowy daszek nad wejściem głównym do Grand Hotelu, otwartego 1 października 1957 roku przy ulicy Kruczej. Ich uzupełnienie stanowiły niebieskie, neonowe linie obiegające portal oraz napisy nad wejściem „Grand Hotel Orbis” (odpowiednio

biało-czerwono-biały), a także umieszczona wzdłuż prawej krawędzi fasady niebieska listwa z prostymi, neonowymi literami „Grand Hotel”. Minimalistyczna forma zyskała ogromne uznanie, będąc jednocześnie nowoczesnym i dekoracyjnym elementem budynku.

Zanim rozpoczęto akcję neonizacji stolicy, „reklamy” świetlne występowały w przestrzeni miejskiej punktowo, nie tworząc świetlnych skupisk, raczej pojedyncze dekoracyjne uzupełnienie danego lokalu. Wyjątkiem była ulica Krucza, która już w 1956 roku była neonowym centrum Warszawy – to tutaj, na rogu socrealistycznego budynku pod numerem 6/14 świecił pionowy semafor, którego proste litery uzupełnione niewielkimi, minimalistycznymi okręgami układały się w napis „Meble Komis”, zaraz za nim umieszczono pionowy neon salonu z telewizorami, którego wydłużone litery słowa „Telewizory” uzupełniała u góry żółta ramka i niebieskie okręgi, w których umieszczono różową syrenkę o skoncentrowanej formie graficznej. Ozdobą salonu Warszawskiej Fabryki Motocykli, znajdującego się przy Kruczej 16/18 była graficzna sugestia czerwonego, pędzącego motocyklisty, zarysowana jak gdyby „szybkimi pociągnięciami” neonowej linii. Poprzez uproszczenie formy, elipsoidalne ujęcie spłaszczonych, pochyłych kół, projektant Tadeusz Rogowski wydobyl pęd i dynamizm postaci, podkreślony dodatkowo niebieskim „esem-floresem” unoszącym się za motocyklistą. Całość uzupełniały masywne czerwone litery WFM. Nie sposób pominąć neonowej realizacji dekorującej fasadę gmachu CDT przy zbiegu Alej Jeruzolimskich i Kruczej (il. 3), która stała się niejako świetlnym symbolem przestrzeni tamtej części Śródmieścia. Neon w formie zapętłonej strzałki biegnącej przez całą długość budynku (zrekonstruowany wg projektu z 1956 znajduje się dziś na fasadzie zbudowanego na nowo CDT-u, oddanego do użytkowania w 2018 roku) zaprojektowali artyści niemieccy i sprowadzili do jego wykonania zagraniczne części, w podziękowaniu za wynajęcie piętra pod wystawę NRD-owskich artykułów użytkowych²⁵. Pojawienie się neonu w tym miejscu spowodowało doświadczenie mrocznych od czasów drugiej wojny światowej okolic Alej Jeruzolimskich. W prasie było wiele głosów krytycznych odnoszących się do tej neonowej realizacji. Zarzucano, że jest nieestetyczna, a także niespójna z bryłą budynku, któremu odbiera ciekawy charakter²⁶. Opinia ta wydaje się jednak niesprawiedliwa, neon bowiem dynamizuje jego bryłę, nadając jej lekkości i eteryczności. Szkło neonowe doskonale współgra z charakterem przeszklonego, funkcjonalistycznego gmachu, będąc wizualną dominantą w tej części ulicy. Budynek jednocześnie jest fragmentem pierzei o wyrównanym gabarycie ustalonym w trakcie powojennej odbudowy.

Zdobienie miasta neonami objęło swoim zasięgiem przede wszystkim główne ulice Warszawy. Po 1958 roku w stolicy zaczęły pojawiać się neonowe wyspy światła. „Ostatnio na skutek wspólnej inicjatywy urbanistów i handlu wyłania się słuszna koncepcja skoncentrowania neonów w najbardziej nasyconej

25 B. Ubysz, *Handel zwycięża dystrybucję*, „Stolica”, 1956, nr 48, s. 2.

26 Zob. m.in.: *Stołeczne neony*, „Stolica”, 1959, nr 20, s. 18.



3. Skrzyżowanie Alej Jeruzolimskich z ul. Kruczą. Widoczny neon w formie zapętlonej strzałki dynamiczującej bryłą budynku CDT, fot. Z. Siemaszko, 1962–69 r.
Źródło fotografii: NAC sygn. 51-259-2

sklepami i usługami dzielnicy śródmieścia, tzn. w okolicy CDT-u²⁷. Przede wszystkim na ulicy Kruczej, która już od 1956 roku stanowiła neonowe centrum, pojawiły się ażurowe, barwne „reklamy” świetlne, łączące napisy ze znakami graficznymi. Aleje Jeruzolimskie, szczególnie na odcinku między Marszałkowską a Nowym Światem ozdobiły dekoracyjne neonowe realizacje. Również ulica Emilii Plater, Świętokrzyska czy MDM były wyspami światła. Kompleksowe uzupełnianie MDM-u neonami powierzono w 1960 roku architektom Eleonorze Sekreckiej oraz Zygmuntowi Stępińskiemu. Podobnie postąpiono z ulicą Puławską, którą zajęła się grupa projektantów neonów – Maksymilian Krzyżanowski, Zbigniew Labes i Tadeusz Rogowski. Niestety, zdobienia neonami tej ostatniej ulicy nigdy nie udało się ukończyć z powodu źle oszacowanych kosztów. Do planów jej neonizacji powrócono jeszcze na początku lat siedemdziesiątych.

W okolicach ulicy Kruczej najwięcej neonów pojawiło się na początku lat sześćdziesiątych, były to realizacje przede wszystkim ażurowe, odznaczające się dużym artyzmem i dekoracyjnością. Semafor sklepu muzycznego „Polskie Nagrania” z syntetycznie ujętym różowym kogutem siedzącym na białym, stylizowanym kluczu wiolinowym umieszczono na budynku przy Kruczej 24/26, tam też znajdował się neon sklepu ze słodyczami „Bombonierka”, który ozdabiała eteryczna neonowa dama w żółtej krynolinie, trzymająca w ręku niebieskie pudełko z czekoladkami. Znakomitą realizacją, potwierdzającą najwyższej klasy artyzm warszawskich neonów z końca lat pięćdziesiątych

27 Tamże, s. 18.

i początku sześćdziesiątych były „Kwiaty” zainstalowane na rogu kamienicy przy Kruczej 21. Ażurowy semafor w kształcie ogromnego bukietu (zajmował trzy piętra) złożonego z czterech stylizowanych tulipanów w kolorach żółtym, zielonym, niebieskim i czerwonym (z czasem zmieniony na niewielki bukiet) uzupełniały rozstrzelone, lekko pochylone blokowe litery na metalowym podkładzie od strony ulicy Kruczej oraz ozdobny napis od Alej Jerozolimskich. Oba układały się w słowo „kwiaty” i świeciły na zielono. Pawilon na rogu Kruczej i Żurawiej od 1965 roku ozdabiał niezwykle finezyjny neon „Czar Warszawy Perfumeria”, którego miodowo-żółty odcień współgrał z jaśniejszym kolorem stylizowanego flakonika perfum. Tuż obok mieścił się sklep wędkarski ozdobiony żółtym neonem „Artykuły wędkarskie”, urozmaiconym stylizowaną sugestią niebieskiej fali i żółtej rybki schwytej na spinning.

Kolejną świetlną wyspą tamtych lat były Aleje Jerozolimskie. W budynku pod numerem 25 znajdował się sklep z wyrobami chińskimi, którego dekoracyjnym elementem były neony w formie mrugających, białych świetlistych mat, na których umieszczono napis „Chinka” odznaczający się mocnym, graficznym liternictwem. Tuż obok, w Alejach Jerozolimskich 23, świecił żółty neon „Cocktail Baru” serwującego owocowe koktajle mleczne. Żółta, szeryfowa czcionka napisu „Cocktail Mleczny” uzupełniona była trójwymiarowym neonowym kieliszkiem. Charakterystyczny neon przedstawiający zielonookiego kota z imponującymi wąsami, w czerwonych butach, dopełniający, również neonowy, prosty żółty napis „Bajka”, doświetlał sklep obuwniczy w Alejach Jerozolimskich 27 od 1964 roku (il. 4). Z kolei róg Kruczej i Alej Jerozolimskich w 1963 roku zwieńczył potężny, żółto-niebieski neon „Leda – dom mody”, który powtórzone kilkukrotnie nad wejściem i po obu stronach budynku.

Prasa doceniała neonowe realizacje z tamtych okolic, często publikując ich nocne zdjęcia²⁸. Sąsiadujący z Alejami Jerozolimskimi Nowy Świat w latach sześćdziesiątych prezentował się znacznie skromniej, choć i tak był jedną z bardziej doświetlonych ulic Warszawy. Do dziś istniejący, dachowy neon „Dancing” z 1962 roku górował nad kamienicą pod numerem 3, w której mieścił się klub „Melodia”, istniejący w tym miejscu od lat trzydziestych (wówczas nosił nazwę Klub Dancingowy „Paradise”, dziś to Hustler Gentlemen’s Club). Neon łączył napis z subtelnym znakiem wizualnym. Jego wąskie litery zdobiły rozsypane ażurowe nuty oraz gwiazda wieńcząca literę i. Sam napis, choć umieszczony na metalowym podkładzie, jest finezyjny, a jego liternictwo kojarzy się z czcionką typową dla lat dwudziestych ubiegłego wieku. Formą litery przypominają wielobarwne okręgi, kojarzące się z bąbelkami gazu uchodzącymi z szampana, który zwiastuje pełną zabawy i radości noc w wielkim mieście.

Oczywiste jest, że pod względem liczby neonów królowała ulica Marszałkowska na odcinku MDM-u oraz plac Konstytucji, będąca w czasach PRL-u niejako wizytówką stolicy i najbardziej reprezentacyjną częścią miasta, która przybrała

28 Przedruk ze „Stolicy”, cyt. za: *Alejami i Kruczą po zmierzchu*, <http://www.neony.fora.pl/warszawa,36/warszawa-alejami-i-krucza-po-zmierzchu,328.html> [dostęp: 4 VI 2020].



4. Widok Alej Jerozolimskich od ul. Marszałkowskiej w kierunku Kruczej w nocy. Na pierwszym planie neonowy kot w butach doświetlający sklep obuwniczy „Bajka”, dalej neon sklepu z wyrobami chińskimi „Chinka”, neon „Cocktail Baru”, neonowy bukiet kwiaciarni oraz charakterystyczne, graficzne neony baru „Prawa”, fot. Z. Siemaszko, 1966 r.
Źródło fotografii: NAC sygn. 51-310-8



5. Skrzyżowanie ul. Marszałkowskiej z Wilczą. Widok w kierunku placu Konstytucji, w tle widoczne neony m.in. LOT-u, KLM-u oraz „Fotonu”, fot. Z. Siemaszko, 1967 r.

Źródło fotografii: NAC sygn. 51-629-2

taką formę dzięki skoncentrowanym wysiłkom władzy (il. 5)²⁹. Prestiż tej części miasta podkreślały monumentalne neony, często dachowe, pod koniec lat pięćdziesiątych i przez lata sześćdziesiąte największe w całej Warszawie. Ich podstawową funkcją było przede wszystkim kreowanie pozoru dobrobytu państwa, internacjonalizmu oraz powszechnej międzynarodowej wymiany dóbr. Reklamowały więc m.in. produkty z bloku państw komunistycznych, w praktyce niemal niedostępne. Przykładem niech będzie monumentalny neon „Zegarki radzieckie – precyzja, estetyka, trwałość”. Ten skądinąd dobry artystycznie neon zainstalowano na dachu bloku przy placu Konstytucji 34/50. Łączył on, podobnie jak większość neonów z tamtych okolic, elementy graficzne z napisem, przyciągając uwagę przechodniów. Abstrakcyjne wyobrażenie błyszczącej gwiazdy o wydłużonych promieniach nadawało monumentalnej realizacji lekkości, a czerwone, pochyłe, rozciągnięte liternictwo napisu „radzieckie” przełamywało kolorystyczną monotonię. Charakterystyczne, kojarzące się z północno-wschodnią pierzeją placu neony, górujące nad budynkiem przy Pięknej 28/34, reklamowały przedsiębiorstwo „Foton”, zajmujące się produkcją materiałów fotograficznych. W 1963 roku zamontowano ogromny, czerwony, prosty napis „Błony – płyty fotograficzne – papiery” oraz trzy graficzne logotypy z napisem „Foton”, umieszczonym w eliptycznym pierścieniu. Najlepiej zachowanym i świecącym do dziś neonem z okolic MDM-u jest siatkarka,

29 Zob. m.in. J. S. Majewski, *Propagandowy MDM*, http://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/1,89378,5268294,Propagandowy_MDM.html [dostęp: 28 VI 2018].

zamontowana na dachu socrealistycznego bloku usytuowanego na rogu placu Konstytucji 5 i Koszykowej. Ażurowy dachowy neon został zaprojektowany w 1960 roku przez grafika Jana Mucharskiego jako dekoracja sklepu sportowego, mieszczącego się wówczas w podcieniach tego budynku. Kompozycję uzupełniały żółte, neonowe napisy „Sport”, które zlikwidowano, podobnie jak sam sklep, w pierwszej dekadzie XXI wieku³⁰. Nie ma dziś chyba znakomitszego przykładu neonu z lat sześćdziesiątych, który potwierdzałby wysoką jakość projektów neonowych instalacji powstających na zlecenie „Reklamy” od drugiej połowy lat pięćdziesiątych i przez całe lata sześćdziesiąte. Syntetycznie ujęta forma, humor i dowcipne wizualne odniesienie do „reklamowanego” lokalu, a także znakomite wyczucie przestrzeni, nad którą się pracuje, cechujące się umiejętnym wykorzystaniem struktury architektonicznej (w tym wypadku jest to szesnaście piątek leczących wzdłuż narożnika MDM-owskiego bloku, po kolei zapalających się i gasnących) świadczy przede wszystkim o talencie i kwalifikacjach artysty, ale też o ogólnie panującej atmosferze całościowego myślenia o artystycznej kompozycji i przestrzeni miejskiej.

W okresie neonizacji powstawały neony monumentalne, nie unikano jednak realizacji drobnych, subtelnie komunikujących istnienie jakiegoś lokalu i z umiarem doświetlających przestrzeń. Były to niewielkich rozmiarów, powtarzalne, kojarzące się z konkretną branżą neonowe napisy, czasem łączące syntetycznie ujęty znak graficzny, częściej jednak to czcionka napisu tworzyła ornament. W przestrzeni miasta pojawiały się m.in. neonowe: „tekstyla”, „pasmanterie”, „drogerie”, „mydła”, „farby”, „biżuteria”, „księgarnie”, „biblioteki”, „foto-optyka” (od końca lat pięćdziesiątych), „totalizator sportowy”, „1001 drobiazgów”, „kwiaciarnie”, „spożywcze”, „delikatesy”, „warzywa” etc. Warto przyrzeć się zunifikowanym neonom aptek (m.in. ul. Grójecka, rondo Waszyngtona, ul. Baley) – charakteryzującymi się prostymi, blokowymi literami wykrojonymi w blasze. Powtarzalne, finezyjne w linii neony świeciły nad budynkami bibliotek publicznych. Dominującym elementem był ażurowy znak graficzny, przedstawiający różową syrenkę warszawską umieszczoną na rozłożonej białej książce. W innych wariantach pojawiał się szereg zielonych, neonowych rurek odchodzących w dół od książki (ul. Grójecka), będąc rodzajem odwołania do zakładki umieszczonej w lekturze. Uzupełnieniem był również, nie zawsze obecny, duży napis blokowy „Biblioteka Publiczna” (najczęściej zielony). Warto również wspomnieć o powtarzalnym motywie neonów dekorujących od 1961 roku sieć „Ruchu”. Jednymi z najpopularniejszych realizacji neonowych były powtarzalne napisy dekorujące chętnie wówczas odwiedzaną „Cepelię”. Charakteryzowały się cienkim, stylizowanym liternictwem, nawiązującym do przedwojennej typografii lat trzydziestych (por. bar „Quick”), umieszczanym na podkładach w kontrastujących z barwą neonu kolorach. Takie napisy pojawiły się m.in. na ul. Emilii Plater, przy placu Konstytucji czy na do dziś

30 Dzięki inicjatywie artystki Pauliny Ołowskiej neonową siatkarkę wyremontowano w 2005 roku (również ona była sponsorem rewitalizacji neonowej „Markizy” z placu Centralnego w Nowej Hucie w 2014 roku).

istniejącym pawilonie „Cepelii” przy ul. Marszałkowskiej 91/97 („Cepelii” jednak już od kilku lat w tym miejscu nie ma). Na początku lat sześćdziesiątych, wraz z popularyzacją sklepów komisowych, pojawiły się duże, dekoracyjne neony z napisem „Komis”, umieszczane na grubym, metalowym podkładzie. Każdą budkę milicyjną doświetlał dekoracyjnie czerwono-niebieski neon ze skrótem MO. Proste, ażurowe litery łączyły się w abstrakcyjny, ale wciąż klarowny znak w ten sposób, że większe M flankowało mniejsze O. Popularne były również powtarzalne neony „WSS Społem”, zmienne warianty PKO i PZU oraz monumentalne napisy „Pollena Uroda”. Wyjątkowo piękne neony zdobiły lecznice i salony kosmetyczne „Izis”. Niektóre z nich świecą do dziś (m.in. neon z ul. Marszałkowskiej).

Osobną grupą neonów były te dekorujące warszawskie kina, do których wyglądu przywiązywano szczególną wagę, przede wszystkim ze względu na to, że były to lokale chętnie odwiedzane, były więc doskonałym miejscem do szerzenia propagandy. „To neon, od lat dwudziestych obecny niemal w każdym, nawet najmniejszym kinie, charakteryzował lokale filmowe. Fenomen dopasowania i adekwatności tego typu reklamy do kin wynika przede wszystkim ze skojarzeń wizualnych. Intensywne światło wybijające się z mroku odnosi się do neonu, jak i do sposobu prezentowania filmów. Światło i mrok. Neon i kino. Neon kojarzył się z nocnym życiem, wielkowiejskimi uciechami, stał się symbolem metropolii, podobnie jak wieczorny pokaz filmowy w kinie”³¹. Dla warszawskich kin prawdziwy neonowy boom nastąpił w czasach PRL-u, żadne bowiem przedwojenne kino nie mieściło się w specjalnie wzniesionym w tym celu osobnym budynku. Zwykle lokowano je w oficynach kamienic (m.in. kina „Capitol”, „Imperial”), zaadaptowanych lokalach pełniących wcześniej inne funkcje, takich jak gmach Teatru Nowoczesnego przy ulicy Jasnej, czy dawny Pałac Lodowy na tyłach pałacu Kossakowskich. Po wojnie, u schyłku lat czterdziestych, nowe kina projektowano w osobnych, wolnostojących budynkach. Częstą praktyką było projektowanie zharmonizowanych z architekturą neonów. Przykładem takiego specjalnie zaprojektowanego budynku było otwarte w roku 1960 przy ulicy Kopernika kino „Skarpa” autorstwa Zygmunta Stępińskiego. Realizacja ta w równym stopniu traktowała różne dziedziny sztuki: architekturę, ceramikę, malarstwo, design i sztukę neonu. Elewacje ozdobione zostały nieomal neoplastycznymi kompozycjami wykonanymi z tynku. Nowoczesne wnętrza, projektowane z myślą o najnowszych technologiach, pokrywały mozaiki, a neon, stworzony specjalnie dla tego budynku, stał się integralną częścią architektury w stopniu większym niż w jakimkolwiek przedwojennym czy powojennym kinie. Wijące się nerwowo neonowe rurki na metalowym podkładzie z napisem SKARPA umieszczono z boku fasady, powyżej daszku nad wejściem. Ich kształt odpowiadał rysunkowi posadzki. Neony umieszczono również nad kasą, bufetem i – zawsze nieczynną – szatnią. Kino „Skarpa”

31 J.A. Majewska, *Neony najmniejszego i najnowszego kina w Warszawie*, <https://miastarytm.pl/neony-najmniejszego-i-najnowszego-kina-w-warszawie/> [dostęp: 3 VI 2020].

było przykładem dzieła skończonego, pomyślanego jako kompozycja spójnie łącząca zarówno architekturę, jak i dekorację plastyczną oraz medium filmu. W 2007 roku budynek zburzono, a na jego miejscu wybudowano apartamentowiec. Większość mozaik i neonów przepadła, jednak największy neon, dzięki inicjatywie miłośników świetlnych znaków, udało się uratować i подарowano go Muzeum Sztuki Nowoczesnej³².

W neonach warszawskich kin chętnie posługiwano się instalacjami ruchomymi lub wzmacniającymi dynamikę artystycznej kompozycji. Było to niejako nawiązanie do koncepcji filmu i jego ruchomych, zmieniających się w czasie obrazów. Korzystano między innymi z falistych linii. Przykładem może być znakomita realizacja neonu kina „Atlantic” (ul. Chmielna 33), który sam w sobie był znakiem graficznym. Faliste linie wykorzystano także w dachowym neonie kina „Wisła” z 1961 roku (pl. Wilsona 2), gdzie napis z nazwą kina widniał ponad błękitnymi falami, będącymi rodzajem stylizowanego tła. Warto również wspomnieć o niezwykle dynamicznym neonie kina „Sawa”, otwartego w 1963 roku przy pl. Przymierza na Saskiej Kępie, którego centralną częścią była ogromna, stylizowana litera „S”, świecąca się na biało.

W Warszawie funkcjonowało wiele kin, które ozdabiały neony, a także spójne wizualnie abstrakcyjne mozaiki. Poza kilkunastoma przykładami dekoracyjnych, łączących napis ze znakiem graficznym, neonów, większość kin miała proste, ale bardzo ładne dekoracje neonowe, m.in. kino „Ochota” (ul. Grójecka 65, koniec lat pięćdziesiątych) czy „Stolica” (ul. Narbutta 50A, koniec lat pięćdziesiątych).

Na uwagę zasługują również neony zdobiące popularne w PRL-u bary samoobsługowe, nierzadko fantastyczne, oryginalne i niezwykle dekoracyjne, będące elementem wyróżniającym. Niemal zawsze wykorzystywały one znak graficzny, czasem pojawiał się on nawet zamiast napisu. Motywy, często przestylizowane lub idące w stronę abstrakcji, bazowały na tematyce „okołogastronomicznej”. Wystarczy wspomnieć neony „Grubej Kałki” (al. Solidarności 68A, dawniej Świerczewskiego, 1967 r.), „Wenecji” (al. Solidarności 128, 1961 r.) czy baru „Biedronka” (ul. Grójecka 79, lata sześćdziesiąte). Charakterystyczna, urokliwa neonowa krówka świeciła nad barem mlecznym, dekoracyjnie doświetlając ulicę Kruczą (budynek przy ul. Hożej 19, neon zawieszony od strony Kruczej). Semafor przedstawiający czerwoną głowę krowy z koniczyną w pysku oraz białą butelkę mleka i szklankę zamontowano w 1961 roku. Krówka figlarnie puszczała oko do przechodniów, dodatkowo dynamizując kompozycję. Neony baru „Praha”, mieszczącego się w budynku przy Alejach Jerozolimskich 11/19, składały się z czterech semaforów zamontowanych w 1959 roku. Dzięki umieszczeniu każdego z nich na innej wysokości i w innej odległości od fasady dynamizowały bryłę budynku. Były to prostokąty obwiedzione świetlną listwą z prostym, drukowanym napisem „Bar”. Na jednym z nich umieszczono dodatkowo mniejszy napis „Praha”. Dużo większy neon z takim samym napisem

32 Zob. J.S. Majewski, *Spacerownik. Warszawa śladami PRL-u*, Warszawa 2010, s. 129.

zamontowano u szczytu budynku, co doświetliło ciemną u góry fasadę. Z perspektywy przechodnia tworzyły one wraz z innymi neonami semaforowymi nakładające się plany świetlne.

Wydaje się, że najpiękniejszym neonem dekorującym bar samoobsługowy był monumentalny, ale jednocześnie pełen finezji i lekkości neon baru „Zodiak” (ul. Marszałkowska 126, Ściana Wschodnia, 1968). Ozdobny biały napis „Zodiak” z żółtą gwiazdką nad literą „i” umieszczono na tle ażurowej orbity, złożonej z realistycznych, choć uproszczonych symboli znaków zodiaku. Napis powtórzono na przyległym do baru tarasie.

EWOLUCJA FORMY NEONU W LATACH PIĘĆDZIESIĄTYCH I SZEŚCZDZIESIĄTYCH

Analizując propagandowy charakter neonów PRL-u warto wspomnieć o procesie powstawania tych znaków świetlnych, który nie był związany jedynie z kwestiami projektowymi oraz technicznymi, ale przede wszystkim ze ścisłą kontrolą Stołecznego Zarządu Architektury i Budownictwa, który w wieloetapowej procedurze akceptował projekt i wydawał zgodę na montaż instalacji. Neony nie były w tej kwestii wyjątkiem, ścisłą kontrolę przechodziły dzieła plastyki wielkoformatowej, przede wszystkim wspomniane mozaiki, które miały być niejako wizytówką polskich miast, pokazywać dobrobyt państwa i zaangażowanie władzy w tworzenie estetycznej przestrzeni publicznej³³. Plastyka wielkoformatowa występowała często razem z neonami, tworząc spójną wizualnie i tematycznie całość. Pojawiała się m.in. w skromnych osiedlowych samach, reprezentacyjnych delikatesach, parterowych pawilonach handlowych, wielopiętrowych domach towarowych, w empikach, hotelach, kinach, teatrach, domach kultury, kawiarniach i restauracjach, na pocztach, basenach, w szkołach, szpitalach, przejściach podziemnych, a także na elewacjach i zapleczach wielkich zakładów przemysłowych. Trzeba przyznać, że sztuka w przestrzeni publicznej, w tym neony, nie zaistniałaby w tak ogromnej ilości bez inicjatywy, wsparcia i pieniędzy państwowych. Ówczesny status własnościowy budynków i lokali użytkowych – będących majątkiem państwa – sprzyjał temu zjawisku, wysoką wartość artystyczną nadali jednak realizacjom plastycy, których zatrudniało m.in. PUR „Reklama”, a później SPIRŚ. Sumy, jakie państwo wypłacało artystom za ich projekty i realizacje, były ściśle regulowane przez ministerialne cenniki. Trudno się więc dziwić, że artyści nie traktowali projektowania neonów jako działalności czysto artystycznej, a samych projektów jako dzieł sztuki *sensu stricto*, raczej jako zlecenie rzemieślnicze, za które otrzymywali wynagrodzenie. Fakt ten jednak nie wpłynął negatywnie na niezwykle wysoką jakość estetyczną ich projektów. Wśród plastyków i architektów projektujących neony warto wspomnieć przede

33 Rygor biurokracji znakomicie opisuje Paweł Giergoń w *Mozaice warszawskiej*, zob.: P. Giergoń, *Mozaika warszawska. Przewodnik po plastyce w architekturze stolicy 1945–1989*, Warszawa 2014, s. 13.

wszystkim grupę tak zwanych neoniarzy: Tadeusza Rogowskiego, Maksymiliana Krzyżanowskiego i Zbigniewa Labesa, których artystyczne projekty sprawiły, że lata 1956–75 można nazywać złotą erą warszawskich neonów.

Surowa procedura akceptacji projektu neonu, który miał współgrać z dekorowanym budynkiem oraz doświetlaną ulicą, miała na celu wprowadzenie ładu przestrzennego, który byłby opozycją wobec chaosu reklam miast kapitalistycznych. W numerze dwudziestym „Stolicy” z 1959 roku pisano: „pod względem możliwości tworzenia jednolitej kompozycji architektonicznej, jak również estetycznego rozwiązania pojedynczych neonów, jesteśmy w lepszej sytuacji niż miasta kapitalistyczne, gdzie prywatny kupiec usiłuje, nie licząc się z otoczeniem, ściągnąć na siebie uwagę i «przekrzyczeć» sąsiadów”³⁴. Olgierd Budrewicz pisał jednak: „Tam, gdzie wymyślono tę zabawę, panuje żywioł i wilcze prawo konkurencji – siedzi neon na neonie, mruga, miga i kołuje cały świat, trwa wielka licytacja obietnic i propozycji, której jedynym celem jest zdobycie klienta. U nas inaczej: możliwość spokojnego planowania, sensownego synchronizowania «neonizacji» z architekturą, a nawet urbanistyką daje ogromne szanse, lecz niesie ze sobą niebezpieczeństwo formalizmu, braku dopingu, przybiurkowego koncygowania; to jest trochę jak wznoszenie drapaczy chmur w pustym polu. Warszawskie neony odznaczają się niedostatkami indywidualności, są jakby dziełem jednej ręki (lub ściślej: pięciu rąk). Przypominają się niektóre małe miasteczka na prowincji, gdzie wszystkie szyldy sklepowe prezentują ten sam charakter pisma miejscowego malarza-monopolisty”³⁵.

Przedstawiony wyżej, bardzo skrótowo i syntetycznie ujęty, wykaz neonów, ukazuje jednak, wbrew obawom Budrewicza, z jakim bogactwem form badacz musi się zmierzyć, analizując warszawskie znaki świetlne powstające od drugiej połowy lat pięćdziesiątych do końca lat sześćdziesiątych. Mimo bowiem pewnych podobieństw formalnych czy wykorzystywanych motywów każdy z nich jest inny, o właściwych tylko jemu cechach charakterystycznych, elementach indywidualizujących i ujęciach kompozycyjnych. Trudno więc przyporządkować neonom z lat 1958–69 konkretne cechy formalne. Pewne jest, że był to okres, w którym za projekty neonów odpowiedzialni byli wysokiej klasy architekci i plastycy, których myślenie o przestrzeni miejskiej i elementach dekoracyjnych znajdujących się w niej było spójne, skutkowało więc z jednej strony wysokim poziomem artystycznym neonów, z drugiej – harmonijnym współgraniem znaków świetlnych z budynkami i urbanistyką. Finezyjne, drobne neony ażurowe przepłatały się z monumentalnymi kompozycjami umieszczanymi na ciężkich podkładach. Realistyczne motywy współistniały z formami abstrakcyjnymi, motywami zaczerpniętymi m.in. z ekspresjonizmu, neoplastycyzmu czy wychodzące z artystycznych poszukiwań dotyczących niefiguratywnej sztuki z początku XX wieku. Projektantom nieobce było również przetwarzanie przedwojennych, neonowych form graficznych i liternictwa, uwspółcześnienie artystycznego

34 *Stołeczne neony...*, s. 18.

35 O. Budrewicz, *Warszawskie widzimisię. Neonizacja*, „Stolica”, 1961, nr 3, s. 9.

języka ikonograficznego i typografii lat dwudziestych i trzydziestych, podporządkowywanie go ówczesnym standardom estetycznym i poddawanie wizualnej aktualizacji. Neony powstałe w tym czasie były dynamiczne, niezwykle ozdobne i prezentowały wysoką klasę artystyczną. Ewolucja neonowych form wpłynęła na wygląd przestrzeni miejskiej, oddziałując tym samym na życie codzienne mieszkańców Warszawy – koniec lat pięćdziesiątych zapoczątkował produkcję neonów, dla których nadrzędna stała się estetyka kompozycji, nie wartości komercyjne, z kolei w latach sześćdziesiątych w pełni wybrzmiał artystyczny potencjał realizacji neonowych, aspirujących do wpisania ich w poczet monumentalnego malarstwa, takiego jak mozaika czy witraż.

NEONY LAT SIEDEMDZIESIĄTYCH

W latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych proces projektowania i powstawania neonów był poddany najsurowszej kontroli. W latach siedemdziesiątych sytuacja się zmieniła. Liberalizacja gospodarcza za czasów Gierka spowodowała rozluźnienie rygorów ładu przestrzennego, czemu sprzyjała wzrastająca liczba inwestycji w przemysł, w państwowe przedsiębiorstwa, zakłady i spółdzielnie. W pejzażu miejskim pojawiło się wówczas dużo złych pod względem artystycznym reklam świetlnych. Umieszczano je przeważnie na budynkach administracji. I tak przyjeżdżających do Warszawy pociągami od zachodu witał charakterystyczny, peryferyjny neon w postaci traktorów na budynku biurowym fabryki ciągników rolniczych w Ursusie. Równie nieatrakcyjne, pozbawione artyzmu, lekkości i wizualnej finezji były neony wolskich Zakładów Radiowych im. Marcina Kasprzaka (ul. Kasprzaka), Zakładów Wytwórczych Lamp Elektrycznych im. Róży Luxemburg „Polamp” (ul. Prosta, róg Karolkowej) czy Zakładów Mechanicznych (PZL-Wola) im. Marcelego Nowotki (ul. Połczyńska 4, dziś CH Fort Wola). Neony te miały być monumentalne i krzykliwe, miały trafiać do odbiorcy dzięki swojej wielkości. W prasie dostrzegano problem, narzekano na nieład przestrzenny, niejednorodność reklam świetlnych oraz obniżenie klasy artystycznej neonów. Przeszkadzał przede wszystkim brak całościowego myślenia o estetyce miasta. „Ktoś zatwierdza konstrukcję, kto inny ocenia wartość estetyczną, a jeszcze kto inny – merytoryczną. Zdaniem naczelnego plastyka Warszawy powinno się wyznaczyć w mieście ciąg ulic, na których trzeba instalować neony i określić miejsca, gdzie neonów nie powinno być. Pogląd to ze wszech miar słuszny; sprzyja nie tylko interesom mieszkańców, ale i samego miasta, które przez chaotyczne rozrzucenie neonów zatracą swą wielkowiejskość”³⁶.

Zdecydowana większość neonów z lat siedemdziesiątych stanowiła nieuporządkowaną, chaotyczną masę, tak odległą od projektów kompleksowego uzupełniania wybranych odcinków ulic neonami. Oczywiście artyści wciąż projektowali

36 *To nie jest to...*, „Stolica”, 1975, nr 23, s. 3.

na zlecenie takich państwowych przedsiębiorstw jak m.in. „Reklama”, jednak nie miały one już monopolu na tworzenie neonów. W przestrzeni pojawiały się banalne, masowo produkowane świetlne reklamy, przypominające dzisiejsze billboardy. Monumentalnym instalacjom dachowym brakowało charakterystycznej dla lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych finezji i ornamentalności. Dominowały masywne, blokowe napisy – absurdalnie duże i toporne, które okalały metalowe kasetony, zaprzeczające idei eterycznego neonu. Pełniły przede wszystkim funkcję reklamową i informacyjną. Przykładem może być gigantyczny, dachowy neon z napisem „Podnośniki hydrauliczne z Bułgarii”, który pojawił się w latach siedemdziesiątych i świecił aż do lat dziewięćdziesiątych. Masowo produkowane neony domów handlowych – m.in. Rzemieślniczego Domu Towarowego przy ul. Puławskiej z 1979 roku – były proste i odpychające, całkowicie pozbawione artyzmu. „Inwestorzy nie mają przeważnie pojęcia, jak powinien wyglądać neon. Zamiast więc operować skrótami, zamawiają gazety świetlne, upierają się też przy umieszczaniu brzydkich znaków firmowych, nie chcąc zrozumieć, że nie wszystkie znaki dadzą się przełożyć na język światła. W efekcie neony są na ogół przegadane, nierzadko bełkotliwe, bez polotu, często wręcz niezrozumiałe”³⁷.

Nie znaczy to jednak, że w ogóle nie pojawiały się neony artystyczne. Należały one jednak do mniejszości. Zachowany do dziś neon „Café Mozaika” z ul. Puławskiej 53 powstał już w latach siedemdziesiątych, ale został zaprojektowany w ramach przeprowadzanej parokrotnie od 1958 roku i nigdy niedokończonej neonizacji ulicy Puławskiej. Za jego realizację odpowiedzialna była grupa wspomnianych wcześniej projektantów. Ta świetlna wizytówka kawiarni charakteryzowała się dużym, czerwonym, blokowym, ale niezwykle dekoracyjnym, napisem „Mozaika”, białym, pisanim i lekko pochyłym liternictwem słowa „café” oraz stylizowanymi, kolorowymi elementami mozaiki, kształtowanymi wąską, neonową rurką. Ładny neon z nazwą lokalu dekorował od 1971 roku wejście restauracji „Ambasador”, ulokowanej w Alejach Ujazdowskich. Żółty, metalowy podkład o „szeryfowym” kroju czcionki stanowił tło dla świecących na biało neonowych rurek. Podobny w typie był jaskrawoczerwony neon „Berlin”, umieszczony w przeszle podcienia MDM-owskiego bloku przy ul. Marszałkowskiej 45/49 w 1974 roku – reklamował sklep z artykułami RTV AGD. Oba neony dzięki prywatnej inicjatywie uratowano i obecnie znajdują się w Muzeum Neonów w Warszawie.

Warto również wymienić jeden z najbardziej charakterystycznych neonów Śródmieścia lat siedemdziesiątych. W 1974 roku na dachu hotelu „Forum” (ul. Marszałkowska 94/98) zamontowano monumentalny neon blokowy, którego dominującym elementem były stylizowane litery F i H. „W latach siedemdziesiątych podobał się potężny neon «Hotelu Forum», od początku wieńczący dach budynku. Był bodaj najwyżej ustawioną reklamą świetlną Warszawy. Gdy u schyłku Gierka większość neonów zgasła, wciąż świecił. Błyszczał nawet w dniach stanu wojennego. Wbrew wszystkiemu, bo 30 pięter okien hotelu

straszyło głęboką czernią. Było w tym coś surrealistycznego. Na ulicach godzina policyjna, sterty śniegu, transportery opancerzone i żołnierze grzejący się przy kozach, a ponad nimi migoczący napis HOTEL FORUM³⁸.

NEON JAKO NARZĘDZIE PROPAGANDY WIZUALNEJ

Funkcje neonów produkowanych po październiku 1956 roku różniły się od tych z lat dwudziestych i trzydziestych XX w., a także od funkcji neonów pojawiających się na Zachodzie. Te bowiem były reklamami konkurujących ze sobą firm. Warszawskie neony drugiej połowy lat pięćdziesiątych, sześćdziesiątych i początku siedemdziesiątych nie funkcjonowały w przestrzeni miejskiej jako reklamy, nie pełniły funkcji komercyjnych, były raczej znakiem wizualnym, dekoracyjnie doświetlającym budynek. Radykalna zmiana funkcji neonu z czysto komercyjnej i pragmatycznej na artystyczną była wprzęgnięta w działanie propagandy. Neony jako miejski ornament rozświetlający mroki nocy, miały nadawać Warszawie charakter zachodniej, nowoczesnej metropolii i podnosić jej prestiż. „[Neony stwarzały] możliwość nadania Warszawie pozorów wyglądu właściwego nowoczesnej metropolii, albowiem żadne dotychczasowe inwestycje nie były w stanie tchnąć prawdziwego życia w socjalistycznego «zombie», jaki wyrósł na miejscu zniszczonego przez hitleryzm i komunizm, jakże kiedyś witalnego miasta³⁹. Neony pełniły więc dwojaką rolę – z jednej strony były narzędziami wizualnej promocji miasta w rękach władzy, z drugiej zaś, dla uciśnionych szarością komunizmu mieszkańców – barwnym ornamentem zwiastującym zmianę i wizję lepszego życia w metropolii przyszłości. Akcja zdobienia neonami stolicy nasyciła główne ulice Warszawy barwnymi neonami w stopniu znacznie większym niż w okresie przedwojennym, było to jednak działanie koniunkturalne i propagandowe. Podtrzymanie pozorów wsłuchiwanie się władzy w potrzeby obywateli dotyczące większego rozświetlenia miasta leżało w interesie rządzących. Jednocześnie władza chciała wcielić w życie wizje nowoczesnej metropolii ukazywane m.in. na fotografiach publikowanych na łamach prasy. Pokazanie socjalistycznej Warszawy oświetlonej nocą łuną neonów, ukazanie jej jako prawdziwej metropolii, wyglądem i nowatorstwem rozwiązań infrastrukturalnych nieustępującej miastom na Zachodzie, było działaniem czysto propagandowym. W takiej sytuacji funkcja komercyjna neonów całkowicie się zatraciła, stały się one przede wszystkim znakami świetlnymi będącymi czysto wizualną oprawą miasta. „Masowe wprowadzenie neonów nie oznaczało, że ich funkcja stała się dla władz i społeczeństwa klarowna. Przecież ich podstawowa przed wojną funkcja narzędzia walki konkurencyjnej zdezaktualizowała się w socjalistycznym systemie scentralizowanej dystrybucji

38 J.S. Majewski, *Spacerownik...*, s. 200.

39 I. Tarwacka, J. Zieliński, *Neony...*, s. 62.

dóbr! W tym sensie doszło do paradoksu niezrozumiałego w świecie Zachodu: określenia «neon» (w sensie znaku wizualnego) i «reklama świetlna» stawały się sprzeczne!⁴⁰

Neony, dekoracyjnie doświetlające przestrzeń miejską, stanowiły także rodzaj drogowskazu, punktu orientacyjnego oraz źródło informacji. „Podobnie jak drogowskazy, te lśniąco pochodnie pejzażu miejskiego miały być użytecznymi, charakterystycznymi znakami, dzięki którym mieszkańcy i turyści mogliby odnajdywać drogę w szybko rozrastającym się mieście”⁴¹. Pełniły więc funkcję reprezentacyjną, kładąc indywidualizujący akcent na poszczególne budynki i ulice. Urozmaicone i ożywione błyszczącą feerią neonowych barw główne warszawskie ulice zachęcały do nocnego życia. Rzadko kiedy jednak z tego korzystano, ludzie po zmroku zostawali w domu, a nocne życie w przestrzeni publicznej zamierało. Dopiero w czasach transformacji nocna Warszawa zaczęła ożywać, stając się nowoczesną metropolią. Paradoksalnie wtedy właśnie neony zaczęły być wypierane przez chaos komercyjnych reklam i billboardów konkurujących ze sobą firm.

Dostępność przestrzeni publicznej stanowiła doskonały pretekst do wyeksploatowania jej jako pola propagandy wizualnej. Sztuka rozumiana jako narzędzie perswazji wizualnej odegrała w epoce PRL-u znaczącą rolę właśnie w przestrzeni miejskiej. Pojawiające się w niej ujednolicone wizualnie neony stanowiły skuteczne narzędzia w politycznej grze prowadzonej przez organy władzy państwowej czasów PRL-u. Zrozumienie funkcji omawianych dzieł sztuki uświadamia jeszcze lepiej ogromny wpływ przestrzeni miejskiej na codzienne życie mieszkańców oraz jej perswazyjny potencjał. Umieszczenie neonów w przestrzeni miejskiej umożliwiało jednostkową, indywidualną interakcję przechodnia z prezentowanym dziełem sztuki. W zjawiskowości, fenomenie objawiającym się w ulotnym momencie, można było zawrzeć skuteczny, oddziałujący na podświadomość propagandowy przekaz.

WIELKIE WYGASZANIE

Wojna Jom Kipur, tocząca się w 1973 roku między Izraelem a krajami arabskimi przyniosła kryzys energetyczny na Zachodzie. Symbolicznym momentem było zgaśnięcie neonów na Piccadilly Circus w Londynie. Choć ówczesna propaganda w Polsce przekonywała, że kraju, którego głównym źródłem energii jest wydobywany na miejscu węgiel, klęska energetyczna nie dotknie, dwa lata później jego gospodarka zaczęła pogrążyć się w kryzysie, który pogłębiały narastające długi zagraniczne. Ich spłata powodowała deficyt w budżecie i brak środków na nowe inwestycje. Coraz silniej odczuwalne braki energii starano się równoważyć czasowymi wyłączeniami prądu w mniejszych miejscowościach,

40 Tamże.

41 D. Crowley, *Życie po zmroku* [w]: I. Karwińska, *Warszawa...*, s. 11.

a potem w całych kwartałach miast. Jesienią 1975 roku podjęto decyzję o stopniowym wygaszaniu neonów. Dotyczyło to nie tylko Warszawy, ale także innych większych ośrodków miejskich. Szczególnie dotkliwie potraktowano i tak dość ciemny Kraków, w którym neonowy pogrom przetrwało do lat osiemdziesiątych zaledwie kilka instalacji świetlnych. W Warszawie proces wygaszania realizowano w sposób ograniczony, ale zasady, jakimi się kierowano w podejmowaniu decyzji, wymykają się logicznej analizie. Nigdy jednak nie wyłączono wszystkich neonów, chociaż większość z nich uległa uszkodzeniu i nigdy później nie została naprawiona (m.in. neon gigant reklamujący „Usługi transportowe PKS”, świecący zaledwie kilkanaście miesięcy, zamontowany w 1973 roku na budynku przy placu Konstytucji).

Po 1989 roku zaczęto masowo likwidować warszawskie zaniedbane, nieświecące już neony, które zastąpiły billboardy, reklamy wielkoformatowe i panele świetlne (na początku lat dziewięćdziesiątych montowano je bez zezwolenia, co skończyło się ich obowiązkowym demontażem jeszcze w pierwszej połowie tej dekady), reprezentujące konkurencyjny charakter, skutkujący przede wszystkim chaosem przestrzennym, czego potwierdzeniem może być przez całe lata zasłonięta reklamami wielkoformatowymi fasada domu studenckiego „Riviera” przy ul. Waryńskiego 12 czy nieistniejący już dziś budynek „Universalu” w Alejach Jerozolimskich 44⁴².

42 Ulotność neonowych instalacji objawia się nie tylko w ich eterycznej formie operującej światłem, ale także w nietrwałym szklanym materiale i wypalającym się stopniowo gazie szlachetnym wypełniającym rurkę. W 1961 roku PUR „Reklama” otworzyło przy ulicy Kubusia Puchatka 9 w Warszawie ośrodek konsultacyjny, w którym dyżurowało pogotowie mechaników gotowych naprawić awarię neonu. W okresie transformacji jednak, kiedy neony stanowiły jeden z symboli minionego systemu gospodarczego, przestano się o nie troszczyć. Z biegiem lat niszczały, były demontowane pod wpływem decyzji prywatnych właścicieli, *gros* z nich trafiło na śmietnik (np. znakomity neon kina „Atlantic”), niektóre udało się odrestaurować i do dziś świecą, dzięki wysiłkom miłośników neonów (np. siatkarka z pl. Konstytucji) na swoim dawnym miejscu, inne trafiły w ręce prywatnych kolekcjonerów – m.in. Ilony Karwińskiej, której zbiory pozwoliły stworzyć w 2012 roku stałą ekspozycję Muzeum Neonów w Warszawie. Niemalą rolę w ratowaniu nie tylko samych neonowych realizacji, ale także ich projektów odegrały inne instytucje kultury – m.in. Muzeum Sztuki Nowoczesnej, w którego archiwum (Archiwum Artystek i Artystów MSN) znaleźć można ogromną liczbę projektów wychodzących spod ręki artystów współpracujących z PUR „Reklama”, a także niektóre odratowane neony, np. kina „Skarpa”. Warto również wspomnieć o prywatnych warsztatach elektryków, w których nierzadko obecne są oryginalne neony z lat pięćdziesiątych, sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Przykładem niech będzie przedsiębiorstwo Euro Neon Servis na warszawskiej Pradze należące do elektryka Romualda Szczerby, w którego zbiorach znajdują się m.in. oryginalne fragmenty neonu „Café Mozaika”.

Bibliografia

wydawnictwa zwarte:

- E. Aronson, P. Pratkanis, *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, tłum. J. Radzicki, M. Szuster, Warszawa 2003.
- P. Biegański, *U źródeł architektury współczesnej*, Warszawa 1972.
- B. Brzostek, *Za progiem. Codziennosc w przestrzeni publicznej Warszawy lat 1955–1970*, Warszawa 2007.
- M. Burian, I. Szlasewska, *Poradnik dla pracowników reklamy w spółdzielczym handlu detalicznym*, Warszawa 1966.
- L. Cartwright, M. Sturken, *Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture*, New York–Oxford 2009.
- M. Czapelski, *Moduły i wieżowce. Polscy architekci wobec przemian w budownictwie mieszkaniowym 1956–1970*, Warszawa 2018.
- S.R. Dobrowolski, Z. Siemaszko, *Warszawa*, Warszawa 1964.
- P. Giergoń, *Mozaika warszawska. Przewodnik po plastyce w architekturze stolicy 1945–1989*, Warszawa 2014.
- I. Huml, *Polska sztuka stosowana XX wieku*, Warszawa 1978.
- C. Jencks, *Ruch nowoczesny w architekturze*, tłum. A. Morawińska, H. Pawlikowska, Warszawa 1987.
- R. Kapuściński, *Lapidaria*, Warszawa 2002.
- I. Karwińska, *Neon Warszawa*, Warszawa 2015.
- I. Karwińska, *Polish cold war neon*, New York City 2011.
- I. Karwińska, *Warszawa. Polski neon*, Warszawa 2008.
- W. Kopaliński, *Warszawska niedziela. Wybór felietonów z lat 1957–1964*, Warszawa 1965.
- J. Kuroń, *Wiara i wina. Do i od komunizmu*, Warszawa 1990.
- J.S. Majewski, *Spacerownik. Warszawa śladami PRL-u*, Warszawa 2010.
- A. Moles, E. Rohmer *Labyrinthes du vécu. L'espace: matière d'actions*, Paris 1982.
- I. Morżoń, M. Ogórek, *Polska między wierszami. Życie codzienne w PRL*, Warszawa 1991.
- E. Moskwa, M. Pęzińska, *Światła miasta. Warszawski neon 1956–1963*, Warszawa 2010.
- Pod dyktando ideologii. Studia do dziejów architektury i urbanistyki w Polsce Ludowej*, red. P. Knap, Szczecin 2013.
- Polskie życie artystyczne w latach 1945–1960*, red. A. Wojciechowski, Warszawa 1992.
- T. Szarota, *Życie codzienne w Peerelu – propozycja badawcza*, „Polska 1944/45–1989. Studia i materiały”, t. 1, Warszawa 1995.
- Szkice o codzienności PRL*, red. M. Kruszyński, T. Osiński, Lublin 2016,
- K. Tarasiewicz, *Cały wiek w Warszawie*, Warszawa 2005.
- I. Tarwacka, J. Zieliński, *Neony. Ulotny ornament warszawskiej nocy*, Warszawa 2010.

- A. Wallis, *Socjologia wielkiego miasta*, Warszawa 1967, s. 77.
Współczesne polskie księgarstwo. Mały słownik encyklopedyczny, red. R. Cybulski, Wrocław 1981.
H. i W. Torbus, *Reklama*, Warszawa 1968.
W. Włodarczyk, *Socrealizm. Sztuka polska w latach 1950–1954*, Paryż 1986.
L. Wojtasik *Propaganda wizualna*, Warszawa 1987.
T. Załuski, *Socrealizmy i modernizacje*, Łódź 2017.
F. Znaniecki, *Miasto w świadomości jego obywateli. Z badań Polskiego Instytutu Socjologicznego nad miastem Poznaniem*, Poznań 1931.

artykuły w prasie:

- „Stolica”, 1958, nr 39, s. 7.
Stołeczne neony, „Stolica”, 1959, nr 20, s. 18.
To nie jest to..., „Stolica”, 1975, nr 23, s. 3.
Więcej światła dla Warszawy, „Życie Warszawy”, 1958, nr 263, s. 8.
A.C., *Konkurs na dworzec kolejowy w Neapolu*, „Stolica”, 1956, nr 29, s. 12–13.
Z. Adriański, *Praha – stolica bratniego narodu*, „Obywatel Warszawy”, 1956, nr 5, s. 13.
M. Bogucka, *Życie codzienne – spory wokół profilu badań i definicji*, „Kwartalnik Historii Kultury Materialnej” 1996, nr 3, s. 247–253.
O. Budrewicz, *Warszawskie widzimię. Neonizacja*, „Stolica”, 1961, nr 3, s. 9.
I. Gavrash, *V Światowy Festiwal Młodzieży i Studentów o Pokój i Przyjaźń w 1955 r. w Warszawie w kontekście relacji artystycznych między ZSRR a PRL*, „Pamiętnik Sztuk Pięknych” 2015, nr 9, s. 123–133.
S. Henel, *Na „Ku-dammie” i gdzie indziej*, „Express Wieczorny”, 29–30 września 1956, s. 3.
H. Jarzęcka, *Neony, neony, neony*, „Stolica”, 1956, nr 39, s. 4.
J. Jurkszus-Tomaszewska, *Nowy kraj – nieznanany kraj*, „Kultura”, 1961, nr 5, s. 72.
S. Kamosiński, *Polak potrafi. Mit dziesiątej potęgi świata*, „Polityka. Pomocnik historyczny”, 2010, nr 14, s. 40–43.
S. Rassalski, *Szyldy ozdobą miasta*, „Stolica”, 1956, nr 26, s. 3.
A. Rowiński, *Bukareszteńskie rewelacje*, „Express Wieczorny”, 7–8 VII 1956, s. 4.
J. Trempała, *Psychologia rozwoju jako nauka o genezie życia psychicznego: przełomowe dokonania i kierunki przyszłych badań*, „Psychologia rozwojowa”, 2012, nr 1, s. 23.
B. Ubysz, *Handel zwycięża dystrybucję*, „Stolica”, 1956, nr 48, s. 2.
J. Wierzbicki, *Autokarem przez Austrię, Szwajcarię, Francję i Włochy północne*, „Architektura”, 1957, nr 1, s. 2 i nast.
Zbudować Warszawę piękną... O nowy krajobraz stolicy (1944–1956), red. J. Kochanowski, Warszawa 2003.

źródła internetowe:

- Alejami i Kruczą po zmierzchu*, <http://www.neony.fora.pl/warszawa,36/warszawa-alejami-i-krucza-po-zmierzchu,328.html> [dostęp: 4 VI 2020].
- „Punkty odniesienia na świetlnej mapie miasta”, czyli w blasku pierwszych polskich neonów, <https://blokrekklamowy.blogspot.com/2014/03/punkty-odniesienia-na-swietlnej-mapie.html> [dostęp: 28 V 2020].
- P. Giergoń, *Neony Warszawy*, <http://www.sztuka.net/palio/html.run?Instance=www.sztuka.net.pl&PageID=846&newsId=13435&callingPageId=845§ionId=222®ionId=122&cms=newser&catId=1&Checksum=207322654> [dostęp: 25 III 2018].
- J.A. Majewska, *Neony najmniejszego i najnowszego kina w Warszawie*, <https://miastarytm.pl/neony-najmniejszego-i-najnowszego-kina-w-warszawie/> [dostęp: 3 VI 2020].
- J.S. Majewski, *Propagandowy MDM*, http://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/1,89378,5268294,Propagandowy_MDM.html [dostęp: 28 VI 2018].
- J.S. Majewski, *Przedwojenna Warszawa błyszczała neonami*, http://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/1,97596,6054675,Przedwojenna_Warszawa_blyszczala_neonami.html?disableRedirects=true [dostęp: 8 III 2020].
- L. Nader, *Co za wstyd! Historiografia o socrealizmie w latach 80. (case study)*, <https://artmuseum.pl/pl/publikacje-online/luiza-nader-co-za-wstyd-historiografia-o-socrealizmie-w>, [dostęp: 24 VI 2019].
- M. Pęzińska, *Krótką Historia. Polskiego Neonu Lat 50., 60. i 70.*, <http://www.neonmuzeum.org/krotka-historia> [dostęp: 28 V 2020].
- T. Tokarz, *Obraz jako narzędzie propagandy politycznej*, https://www.academia.edu/3251455/Obraz_jako_narz%C4%99dzie_propagandy_politycznej, [dostęp: 13 II 2020].
- W. Wąsowicz, *Cedet. Architektura jak jazzowy jazgot. Modernizm w czasach socrealizmu*, <http://www.bryla.pl/bryla/1,85301,22910342,cedet-architektura-jak-jazzowy-jazgot-modernizm-w-czasach.html>, [dostęp: 24 VI 2019].

wystawy:

- „Polska” na eksport, Zachęta Narodowa Galeria Sztuki, 30 marca – 23 czerwca 2019.
- Warszawa (mniej) oficjalnie, czyli stolica lat 50. i 60. na fotografiach Zbyszka Siemaszki*, Fotoplastikon Warszawski, 14 listopada – 1 grudnia 2019.

STRESZCZENIE

Artykuł jest próbą historyczno-artystycznej analizy przestrzeni miejskiej Warszawy w latach 1955–1975, traktowanej jako pole propagandy wizualnej. Kluczowy aspekt stanowi codzienna dostępność tej przestrzeni i pojawiających się w niej komunikatów mających znaczący, perswazyjny wpływ na mieszkańców stolicy. Emanacją potencjału wizualnego miasta są przywoływane w artykule przykłady neonów, analizowane pod względem pełnionej funkcji artystycznych „narzędzi” w politycznej grze, prowadzonej przez organy władzy państwowej czasów PRL-u w przestrzeni publicznej. Dodatkowo badane są przez pryzmat dwóch kryteriów – *ulotności*, rozumianej jako eteryczny, zjawiskowy ornament ulicy, którego cechą charakterystyczną jest nietrwałość oraz *nowoczesności*, definiowanej jako kreowanie wyobrażenia o mieście wzorowanym na zachodnich metropoliach.

Słowa kluczowe: Warszawa, stolica, przestrzeń miejska, propaganda wizualna, neony, znaki świetlne, życie codzienne, nowoczesność

SUMMARY

The article is a historical and artistic attempt at analyzing Warsaw's urban space in the years 1955–1975, regarded as a field of visual propaganda. The key aspect is the everyday availability of this field, as well as the messages that appear within it and exert a significant, persuasive influence on the capital's residents. The neon signs cited in the article exemplify the city's visual potential. Analysis concerns their function as artistic "tools" in a political game led within a public space by the communist state authorities. Additionally, they are analyzed through the two criteria: *elusiveness*, understood as an ethereal, dreamlike street ornament whose distinctive feature is flimsiness and *modernity*, seen as a process of creating an image of the city inspired by Western metropolises.

Key words: Warsaw, capital city, urban space, visual propaganda, neon signs, illuminated signs, everyday life, modernity