

## Artyści codzienności

To miał być felieton o chrzcie Polski, o *Księżce henrykowskiej*, o pierwszym w niej polskim zdaniu\*. O średniowiecznych kronikarzach. I o tym, że już wtedy pisano teksty reklamowo-marketingowe i uprawiano PR. A będzie o Marii Czubaszek. Ale od początku...

Któregoś dnia pomyślałam sobie, że warto oddać się refleksji na temat jubileuszu chrztu Polski – w kontekście reklamy, oczywiście. Data ważna i okrągła. Obchody już przebrzmiały, ale przecież jubileusz całoroczny. Tak czy inaczej, zajrzałam do tekstów źródłowych z wczesnych dziejów Polski\*\*. I im bardziej je analizowałam, tym bardziej uświadamiałam sobie, jak ogromną rolę w kształtowaniu wizerunku rzeczywistości odgrywali ówcześni kronikarze. **Dziś – być może – nazwalibyśmy ich specami od PR-u, spin doktorami, kreatywnymi komentatorami albo po prostu: tekściarzami. I niewątpliwie: artystami codzienności.** Rymowali, śpiewali hymny, bajali, relacjonowali, fantazjowali. Wplatali pierwiastki osobistych sympatii i antypatii, własnych talentów i zapędów literackich. W ten sposób tworzyły się zapisy dziejów – nie tylko Polski, ale i dworów całej Europy. Duma, potęga, chwała, bitewny pył i chwalebne zwycięstwa – z jednej strony, z drugiej – nadworny PR, baśniowość, mrok i „średniowieczny horror”.

A zatem gdy snułam rozważania na temat „średniowiecze a reklama”, „kronikarze a marketing” (sic!), dotarła do mnie smutna wiadomość o śmierci Marii Czubaszek. I zobaczyłam Panią Marię w tej plejadzie mistrzów sztuki użytkowej, w gronie artystów codzienności, twórców tekstu naszego powszechnego – ramię w ramię z takimi postaciami jak: Osiecka, Kofta, Młynarski, Kreczmar, Przybora. Dziś mało kto pamięta, że i ona, **poprzez reklamę właśnie, także zapisywała dzieje** – między innymi siermiężnych lat PRL-u. Maria Czubaszek **zaczynała bowiem karierę w 1960 roku w Biurze Reklamy Polskiego Radia, przy Kopernika 34 w Warszawie**, gdzie raz w tygodniu był nadawany „Kabarecik Reklamowy”. Na jego potrzeby tworzyła między innymi takie slogany: „Najlepsza do prania pralka Frania”, „Jeśli chcesz mieć motor, to sobie kup”. **Żegnamy więc Panią Marię także jako naszego człowieka, człowieka z branży**, której początki tak wspominała:

Zacząłam wtedy pracować (...) w radiowym "Kabareciku Reklamowym". Dziś dział reklamy to całkiem poważna rzecz, ale w tamtych czasach reklamowanie czegokolwiek było jakimś absurdem, bo przecież i tak nic nie można było kupić. Dlatego reklamą w radiu zajmowali się satyrycy.

[...] Kiedyś ktoś wymyślił, żeby zareklamować buty. To głupie. Bo przecież jak tylko buty pojawiały się w sklepach, to ludzie kupowali co popadło (...) Janusz Minkiewicz napisał *O nowym to bucie piosenka* na melodię *O Nowej to Hucie piosenka*. (...) Jak jakiś państwowy potentat rybny zamówił reklamę makreli,

Jeremi Przybora (...) na melodię *Ta ostatnia niedziela* napisał *Ta ostatnia makrela*\*\*\*

Pani Mario, „reklamą (...) zajmowali się satyrycy”, a w średniowieczu także – kronikarze... – żeby już nawiązać do swojej pierwotnej koncepcji, jednak jakoś łączącej ludzi pióra.

---

\*Dziękuję dwóm pierwszym recenzentom felietonu, dzięki którym czytelnicy uniknęli zderzenia z ciężką analizą aorystów: Wojtkowi Kowalczykowi z Biura Reklamy TVP i członkowi Salonu Językowego BR TVP – Piotrowi Buczkowi z Krosna. Grafików z kolei przeproszam za podwójną robotę – może poprzednia nie przepadnie.

Jeśli chodzi NATOMIAST o pierwsze polskie zdanie *Day, ut ia pobrusa, a ti poziwai*, warto wiedzieć, że w 2015 roku zostało wpisane na listę „Pamięć Świata” UNESCO.

\*\*Gorąco polecam bardzo ciekawą i barwną lekturę: Anonim tzw. Gall *Kronika polska*, Ossolineum 1999; Paweł Jasienica *Trzej kronikarze*, Warszawa 1992.

\*\*\*Obficie na ten temat w: Maria Czubaszek *Dzień dobry, jestem z kobry, czyli jak stracić przyjaciół w pół minuty i inne antyporady*, Warszawa 2015; Maria Czubaszek w rozmowie z Arturem Andruszem *Każdy szczyt ma swój Czubaszek*, Warszawa 2011.

PS

W imieniu wszystkich artystów codzienności i niecodzienności zapraszam do oglądania już zaraz: **53. Krajowego Festiwalu Piosenki Polskiej Opole 2016**, a w nim także: **Filharmonii dowcipu**. Na stałe NATOMIAST polecam **Kabaretową Scenę Dwójki** – teraz w wymiarze bardziej aktorskim, poetyckim, artystycznym. Tam między innymi warta obejrzenia bliska mojemu sercu: **Śląska Akademia Językowa Kabaretu Młodych Panów**, która prowadzi „Śląszis is easy” – kurs podstawowy. Do zobaczenia na: <http://vod.tvp.pl/>

Wasza  
dk

Warszawa, 1 czerwca 2016

