

Anna Wiśnicka

<http://orcid.org/0000-0002-6821-529X>

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

a.wisnicka@uksw.edu.pl

DOI: 10.35765/pk.2022.3702.15

Między strachem a fascynacją: narracja wokół designu ery atomu

STRESZCZENIE

Niniejszy tekst ma na celu ukazanie przez pryzmat designu dwóch diametralnie różnych od siebie narracji dotyczących potencjału nuklearnego, które współistniały w Stanach Zjednoczonych od końca lat 40. do schyłku lat 60. XX w. Pierwszą z nich była fascynacja energią atomową, będąca genezą futurystycznych wizji przyszłości, której upatrywano w estetyce ówczesnego wzornictwa. Druga podszyta była lękiem związanym ze skutkami potencjalnego ataku nuklearnego, kiedy głównym polem designu były projekty schronów. Na podstawie selekcji przykładów tekst podejmie próbę odpowiedzi na pytania, czy design ery atomowej może zostać podzielony według prostego schematu fascynacja-strach, czy może ukaże on bardziej wielowymiarowy obraz społeczeństwa amerykańskiego i jego spojrzenia na wzornictwo.


SŁOWA KLUCZE: era atomu, design, percepcja designu, psychologia designu, lata 60.

ABSTRACT

Between Fear and Fascination: the Narrative of Atomic Age Design

This text aims to show, through the prism of design, two diametrically opposed narratives about nuclear potential, which coexisted in the United States from the late 1940s to the late 1960s. The first one was the fascination with atomic energy, which was the genesis of futuristic visions of the future, seen in the aesthetics of the design of the time. The second one was the fear of the consequences of a potential nuclear attack, when the main field of design was the design of shelters. Based on a selection of examples, the text will attempt to answer the question of whether the design of the atomic era can be divided according to the simple scheme of fascination and fear, or whether a more multidimensional picture of American society and its view of design will emerge from it.

KEYWORDS: Atomic Age, design, design perception, design psychology, 1960s

Sugerowane cytowanie: Wiśnicka, A. (2022). Między strachem a fascynacją: narracja wokół designu ery atomu. ©  *Perspektywy Kultury*, 2(37), ss. 223–236. DOI: 10.35765/pk.2022.3702.15.

Nadesłano: 13.03.2022

Zaakceptowano: 29.05.2022

Wstęp

Era atomu (ang. *Atomic Age*) to okres w historii Stanów Zjednoczonych, który rozpoczyna cezura roku 1945, związana z tzw. Projektem Manhattan (ang. *Manhattan Engineer District [MED]*), mającym na celu wykorzystanie energii nuklearnej do produkcji broni. 16 lipca 1945 r. została przeprowadzona operacja Trinity – eksperyment polegający na kontrolowanej detonacji bomby atomowej, który uznawany jest za początek nowej epoki. Jej zamknięcie zwykle upatruje się w wydarzeniach lat 70. i 80. XX w. – w wypadku w elektrowni jądrowej Three Mile Island w stanie Pensylwania w 1970 r. oraz w katastrofie jądrowej w elektrowni w Czarnobylu w 1986 r. (Rhodes, 2012). Potencjał i możliwości tkwiące w nowoczesnej technologii były już od lat 50. XX w. polem eksploracji nie tylko dla naukowców. Fascynacja atomem stała się podwaliną ruchu, który znany jest jako design ery atomu, a jego okres szczytowy przypada na lata 50. i 60. XX w. Historycznie rzecz ujmując, można na potrzeby tej pracy wyróżnić trzy podstawowe okresy, które charakteryzuje we wzornictwie zainteresowanie energią atomową, zarówno estetyczne, jak i pragmatyczne. Pierwszy z nich to lata powojenne do ok. 1950 r., kiedy narracja wokół energii atomowej rozpoczyna się wraz z pojawiającymi się w mediach informacjami dotyczącymi potencjału Projektu Manhattan. Drugi okres, zwany czasem atomowego optymizmu, przypada na lata 50. i charakteryzuje się wszechobecną fascynacją możliwościami, które niesie ze sobą energia nuklearna, w powszechnym dyskursie będąca synonimem progresu we wszystkich dziedzinach życia. Ostatni z okresów¹ to początek lat 60., kiedy realne zagrożenie atakiem przybiera na sile i staje się podwaliną projektów militarnych, które zaadaptowane były na potrzeby ludności cywilnej. Chronologia ta oparta jest na schemacie, który przedstawił Paul Boyler, zakładającym sinusoidę fascynacji i strachu w społeczeństwie amerykańskim związaną z energią atomową (Boyler, 1994).

Niniejszy tekst ma na celu ukazanie przez pryzmat designu dwóch diametralnie różnych od siebie spojrzeń na potencjał nuklearny, które współistniały w Stanach Zjednoczonych od lat 50. do schyłku lat 60. XX w. Pierwszym z nich była ogromna fascynacja energią atomową, będąca genezą futurystycznych wizji przyszłości, której upatrywano w estetyce łączącej organiczne formy, nowoczesne materiały i jaskrawe kolory. Drugie spojrzenie podszyte było lękiem związanym ze skutkami potencjalnego ataku nuklearnego, które jednak nie było wolne od wyidealizowanej estetyki tworzącej swoisty dysonans między przekazem a jego stroną

1 Wyżej wspomniana chronologia ery atomu odnosi się ściśle do designu, który już pod koniec lat 60. XX w. przestał czerpać inspirację z energii jądrowej.

wizualną. Powstawały wówczas projekty schronów, które już nie w stopniu metaforycznym, a dosłownym odnosiły się do energii atomowej i minimalizowania jej konsekwencji. Na podstawie selekcji przykładów tekst podejmie próbę odpowiedzi na pytania, czy narracja wokół designu ery atomowej może zostać podzielona według prostego schematu fascynacja-strach, czy może wyłoni się z niej bardziej wielowymiarowy obraz społeczeństwa amerykańskiego i jego spojrzenia na design przełomu lat 50. i 60., który nie podda się prostym ramom klasyfikacji.

Czas fascynacji cząsteczką

Początków zainteresowania atomem w kulturze i designie Stanów Zjednoczonych należy doszukiwać się już w latach 40. Wraz z odkryciami Enrico Fermiego (1934), które doprowadziły parę uczonych z Austrii – Otto Hahna i Lise Meitner do poznania potencjału rozszczepienia jądra atomowego (1938), świat dowiedział się o nowej technologii, która zrewolucjonizować miała naukę. W popularnej narracji utożsamiano ją z nowoczesnością i szybkim postępem na wielu polach. Poglądowe rysunki i modele atomu, choć często niezrozumiałe dla szerokiego grona odbiorców, stały się wizualną inspiracją, która jednoznacznie kojarzona była z futurystycznymi wizjami przyszłości. Początek ery atomu ogłoszono w 1945 r. na łamach „The New York Times” (Davis, 1945), a masowo produkowane przedmioty codziennego użytku zaczęto projektować na wzór trójwymiarowych modeli atomu. Należy jednak zauważyć, że designu ery atomowej nie można zdefiniować wyłącznie za pomocą prostych konotacji z cząsteczką, wymyka się on bowiem jednoznaczny i oczywisty ramom stylowym. Od wyniesienia Sputnika 1 na orbitę okołoziemską w 1957 r. zaobserwować można wzmożone zainteresowanie tematyką eksploracji kosmosu, co znacząco wpływa na wzornictwo lat 60. oraz otaczającą je narrację. Okres ten określa się mianem ery lotów kosmicznych (ang. *Space Age*), a design tego okresu jest naturalną ewolucją designu ery atomowej, wyrasta bowiem z tej samej fascynacji innowacjami technicznymi i szybkim postępem cywilizacyjnym. Wiele motywów i kształtów takich jak kula czy organiczne płynne linie zostało, w nieco zmienionej formie, zaadaptowanych przez wzornictwo czerpiące z informacji przekazywanych do mediów przez NASA, które były wówczas śledzone przez społeczeństwo żyjące ideą wyścigu kosmicznego (Garner, 2008). Dlatego bardzo często traktuje się oba te kierunki w sposób synonimiczny, co z punktu widzenia estetyki formy jest właściwe, chociaż gdy postrzega się je przez pryzmat relacji fascynacja-strach, nie są one w pełni tożsame.

Przykładem wczesnego projektu, który nazywany bywa zegarem atomowym, jest praca *Ball Wall Clock* z 1949 r. autorstwa George'a Nelsona (il. 1). Zegar ścienny ma okrągłą tarczę, a każda godzina oznaczona jest za pomocą drewnianej kulki w naturalnym odcieniu, osadzonej na metalowym pręcie (Abercrombie, 2000). Projekt bezsprzecznie budził skojarzenia z drewnianymi modelami cząsteczek, a jego późniejsze wersje z kolorowymi elementami wpisują się w estetykę schyłku lat 50. G. Nelson projektował również zegary stołowe, które wykorzystywały obły, organiczny kształt, oscylujący między nawiązaniem do atomu a powiększającą się ku górze chmurą atomową, oraz metalowe zegary z kulistą szybą, która bardzo szybko zyskała popularność dzięki swojemu nowoczesnemu, sferycznemu kształtowi. W 1953 r. Ray i Charles Eames zaprojektowali utrzymany w podobnym stylu wieszak *Hang It All*, którego metalowa konstrukcja składała się z ruchomych ramion, zakończonych kolorowymi, drewnianymi kulkami (Kirkham, 2018).



Il. 1. George Nelson, *Zegary*, 1948–1960. Pozyskano z : <https://www.vitra.com/en-pl/product/wall-clocks> (dostęp: 12.02.2022)

Wizje designu i technologii przyszłości najlepiej oddaje pierwszy sezon serialu animowanego *The Jetsons* – Jetsonowie, który emitowano w latach 1961–1962. Połączono w nim estetykę designu ery atomu, co widać w licznych kulistych kształtach przedmiotów codziennego użytku – meblach, lampach, pojazdach (Morello, 2020). Te ostatnie zajmują poczesne miejsce wśród atomowych i kosmicznych wizji przyszłości. Wyobrażenia samochodów jutra pełne są wiary w postęp technologiczny, który umożliwi poruszanie się nad ziemią. Świadczy o tym choćby słynna okładka *Wehikulu czasu* (ang. *The Time Machine*) Herberta George'a Wellsa (wyd. Gilberton z 1956 r.), która prezentuje mężczyznę lecącego kulistym pojazdem przypominającym skuter w otoku dwóch ogromnych, przecinających się pierścieni. Kulisty motyw pojawił się również w prototypie samochodu o napędzie nuklearnym Ford Nucleon z 1957 r., którego aerodynamiczny kształt nawiązywał do estetyki form organicznych (il. 2). Jego parowy

(sic!) silnik miał być napędzany energią z reaktora jądrowego, który mógłby być wymieniany na specjalnych stacjach. Choć model nigdy nie trafił do produkcji ze względu na koszty i możliwe skutki promieniowania, to jednak był przykładem realnego wykorzystania potencjału atomowego w sposób bliski szerokiej publiczności (Corn i Horrigan, 1984).



Il. 2. Prototyp samochodu Ford Nucleon, 1957. Pozyskano z: <https://sputniknews.com/science/202106291083260723-lets-go-nuclear-from-futuristic-ford-nucleon-to-ussrs-alleged-top-secret-car-volga-atom> (dostęp: 12.02.2022).

Narracja w reklamach sztuki i designu tego okresu pełna jest pozytywnego przekazu, opartego na wczesnej fascynacji osiągnięciami techniki. Pojawiają się w niej liczne motywy organiczne oraz kuliste, żywe barwy i przesłanie futurystyczne (Piech, 1958). Projekty o delikatnych, płynnych formach stały się swoistym antidotum na te oparte na racjonalizmie prostych linii (Stayton, 2001). Delikatność i efemeryczność chmur atomowych zostały przeniesione na język designu, o czym świadczą otulające ciała projekty mebli Eero Saarinen – Womb (il. 3) i Tulip, opływowe linie foteli Charlesa i Ray Eamsów (Hauffe, 1998) czy subtelne kształty stolików Isamu Noguchiego (Raizman, 2003).



Il. 3. Eero Saarinen, Womb Chair, 1948. Pozyskano z: <https://www.smow.com/en/products/seating/sofa-and-armchairs/sessel/womb-chair-large-h-92cm-w-106cm-d-94cm-with-cusion-red.html> (dostęp: 12.02.2022).

Piękno atomowych grzybów

Kolejnym aspektem, który miał wpływ na projektowanie oraz wzornictwo, było realne użycie bomb jądrowych. Aspekt komercyjny broni atomowej był chętnie eksploatowany na wielu płaszczyznach. Czołowym przykładem infrastruktury powstałej wokół pilotażowych testów jądrowych było Las Vegas. Pustynne miasto przyciągało nie tylko zwolenników gier, ale od schyłku lat 40. XX w. również amatorów nowoczesnej myśli technicznej. Reklamy z lat 50. zachęcały do odwiedzenia atomowego miasta – Las Vegas. Plac testowy bomb atomowych na pustyni w stanie Nevada (ang. Nevada National Security Site) przyciągał rzesze turystów spragnionych nowego rodzaju rozrywki. Projekty graficzne reklam, jak np. *The Fabulous Resort Hotel Strip*, ukazywały ogromne zdjęcia budynków na tle olbrzymiego przedstawienia wybuchu atomowego, któremu towarzyszył slogan – „Zawsze coś się dzieje w Las Vegas!” (Heimann, 2015). To właśnie umiłowanie nowego, nieznanego wcześniej zjawiska przyczyniło się do międzynarodowej sławy miasta, które odwiedzane było przez turystów z całego świata. Oglądanie z bezpiecznej odległości ogromnych grzybów atomowych stworzyło podwaliny nowej estetyki, która bardzo szybko opanowała sferę grafiki projektowej oraz designu. Miał w tym udział przemysł rozrywkowy Las Vegas, który utwierdzał odwiedzających w przekonaniu, że wszystko to, co atomowe, jest piękne. Do najbardziej absurdalnych wydarzeń tego okresu zaliczyć można atomowe konkursy piękności organizowane w Las Vegas (Gracian, 2020). Ich uczestniczki walczyły o tytuł atomowej miss (ang. *Miss Atomic*) i koronę w kształcie atomowego wybuchu, a promująca je reklama ukazywała kobietę, której kostium imitował chmurę atomową, będącą wyznacznikiem nowoczesności i ówczesną wizytówką miasta (il. 4). Konotacje broni atomowej i piękna stały się inspiracją do wykorzystania ich na szeroką skalę w designie, szczególnie w modzie i jubilerstwie.



Il. 4. Konkurs piękności Miss Atomic, Las Vegas, 1955. Pozyskano z: <https://travelnevada.com/museums/atomic-nevada-24-truths-sure-to-blow-your-mind/> (dostęp: 12.02.2022).

Oswajanie nieznanego, toczone się na polu projektowania odzieży i biżuterii dla kobiet, było odpowiedzią na to, co ukonstytuowały konkursy piękności w Nevadzie. Organiczne kształty naszyjników i bransolet projektowanych od lat 40. do 60. przez Eda Wienera są przykładami inspiracji futurystyczną estetyką ery atomu, która wyrażała optymistyczną wiarę w postęp technologiczny. Formy jego biżuterii nawiązują do prac Alexandra Caldera, a wykorzystanie negatywnej przestrzeni nadaje im lekkości i nowoczesności². Również nieregularne kształty kolczyków i broszek oraz kuliste formy zawieszek odwołują się stylistycznie do estetyki omawianego okresu (McGoey, red., 2016).

Dotyczy to także kolekcji ubrań proponowanych przez ówczesnych projektantów, chętnie sięgających do repertuaru środków wizualnych, które zagościły w popkulturze za sprawą komiksów, filmów i seriali o tematyce atomowo-kosmicznej. Pierwszymi symptomami nowych tendencji były projekty tkanin i tapet, które dzięki kolorowym, asymetrycznym i dynamicznym wzorom zyskiwały na popularności. Jednymi z bardziej znanych projektów są tekstylia Ray Eames – Koła (1946) i Kropki (1947), które odnosiły się bezpośrednio do prymarnych skojarzeń z potencjałem atomowym. Już w latach 50. XX w. widoczne jest zaadaptowanie motywów związanych z energią atomową i kosmosem, które utożsamiane były powszechnie z progresem. Nie dziwi więc fakt, że motywy te bardzo szybko stały się integralną częścią wielu sesji zdjęciowych i kampanii reklamowych, które wykorzystywały równie progresywny element garderoby, jakim było bikini. Dwuczęściowy kostium kąpielowy, dużo odważniej wycięty niż jego poprzednicy z lat 30., uznawano za jedno z najważniejszych dokonań modowych wprowadzonych przez Louisa Réarda (Alac, 2012). Ten skąpy typ kostiumu otrzymał swoją nazwę od atolu Bikini na Wyspach Marshalla, gdzie w 1946 r. przeprowadzono testy broni jądrowej znane jako operacja Crossroads. Połączenie narracji atomowej z erotycznym kontekstem skąpo odzianych modelek doprowadziło do swoistej seksualizacji i wzrostu atrakcyjności wszystkiego, co atomowe w środowisku amerykańskim. Z 1952 r. pochodzi zdjęcie Bunny Yeager w bikini i hełmie kosmicznym na plaży, które stało się wówczas ikoną *pin-up girls* nowej ery. W latach 60. pojawiły się tendencje skupione wokół wyścigu kosmicznego, które adaptowały elementy stroju astronautów, a ich linie były bardzo ostro i rzeźbiarsko zarysowane. Najsilniej oddziaływał na ówczesne trendy Pierre Cardin; jego kolekcja zapoczątkowała

2 Warto w tym miejscu przywołać dwa obiekty znajdujące się w zbiorach Metropolitan Museum of Art w Nowym Jorku – naszyjnik (nr kat. 2016.780.6) oraz kolczyki (nr kat. 2016.780.4a, b). Oba projekty cechuje charakterystyczna dla E. Wienera opływowość kształtów oraz nieoczywista forma czerpiąca inspirację z estetyki ery atomu.

nową, bardzo „młodą” modę, która szybko stała się dla kobiet tożsama z nowoczesnym strojem. Jego proste, krótkie sukienki z motywami inspirowanymi NASA, futurystyczne metalowe elementy oraz oryginalne nakrycia głowy podbijały pokazy mody, ale ich proste wersje, choć pozbawione najbardziej emblematycznych elementów, zyskały status kultowych w Stanach Zjednoczonych i Europie (Vaughan Lee, 2019, s. 108–109).

O szczególnej popularności omawianych motywów świadczy okładka magazynu „Harper’s Bazaar” z kwietnia 1965 r., na której Richard Avedon uwiecznił Jean Shrimpton. Modelka ma na głowie hełm marki Mr. John (która służyła w produkcji profesjonalnej odzieży zabezpieczającej) w jaskrawo różowym kolorze. Przywołuje on na myśl zarówno hełmy kosmonautów, jak też zdaje się reminiscencją projektów ery atomu (il. 5). R. Avedon już wcześniej pracował nad sesją zdjęciową w siedzibie NASA, a wspomniana okładka była potwierdzeniem niesłabnącej popularności trendów atomowych i kosmicznych (Mooallem, 2017). Dowodzi to niezłomie, że estetyka zapoczątkowana wraz z masową popularnością narracji nuklearnej weszła na stałe do amerykańskiego mainstreamu.



Il. 5. Okładka magazynu „Harper’s Bazaar”, kwiecień 1965 r. Pozyskano z: <https://www.harpers-bazaar.com/culture/features/a9956837/harpers-bazaar-in-1960s/> (dostęp: 12.02.2022).

Konfrontacja z rzeczywistością

Nawiązania do potencjału atomowego przybierały z czasem coraz mniej wyidealizowane formy, ukazując realne zagrożenie płynące z niego dla Stanów Zjednoczonych. Zachwyty nieograniczonymi możliwościami nowej technologii ustąpił miejsca retoryce strachu połączonej z instruktażową ikonografią prezentującą, co robić w przypadku ataku nuklearnego (Zeman, 2012). Istotną zmianę w publicznej percepcji energii atomowej

dostrzec można na okładce magazynu „Life” z 15 września 1961 r., która ukazywała mężczyznę w kombinezonie zasłaniającego się ręką, a towarzyszył jej nagłówek: „Jak przetrwać atak nuklearny. 97 na 100 osób ma szansę na ocalenie. Dokładne plany jak zbudować skuteczny schron” (Fallout..., 1961, s. 95–114). Warto jednak nadmienić, że ten rodzaj prezentacji zagrożenia wojną nuklearną – bardzo wymowny i odwołujący się bezpośrednio do zagrożenia życia – nie stał się powszechnym standardem. W prasie oraz telewizji pojawiały się zdjęcia klasycznych schronów, których estetyka utrzymana była w stylu kampanii reklamowych wykorzystujących wyidealizowany obraz szczęśliwej, amerykańskiej rodziny lub prezentację pięknych, uśmiechniętych modelek, czego przykładem mogą być kampanie schronów Kilde Kokoon i A.H. (il. 6 i 7).



Il. 6. Schron Kilde Kokoon, reklama, lata 50. Pozyskano z: https://www.flickr.com/photos/x-ray_delta_one/5010189457 (dostęp: 12.02.2022).

Il. 7. Schron A.H., reklama, lata 50. Pozyskano z: <https://www.thesunmagazine.org/issues/445/indefensible> (dostęp: 12.02.2022).

Schemat ten uwidacznia się również w ikonografii nuklearnej tego okresu – rodziny w schronach grające z dziećmi w gry planszowe, pary jedzące wystawną kolację czy piękne kobiety zachęcające do inwestowania w środki bezpieczeństwa na wypadek ataku nuklearnego. Pomimo wszechobecnej narracji opartej na przekazie pozytywnym społeczeństwo nie było wolne od przerażenia, które wyrażało się w radykalnych wizjach. Eskalacja strachu i instynktu samozachowawczego została doskonale oddana w tekście z 1961 r. pt. *Strzelać do sąsiada swego?* (ang. *Gun Thy Neighbor?*), w którym mieszkańcy chicagowskich suburbiów opowiadają o montażu karabinów maszynowych na włączniku do schronu, by na wypadek nagłego ataku nie został zajęty przez nieprzygotowanych na tę okoliczność sąsiadów (Davis, 1961, s. 60). Choć tego typu wypowiedzi nie należały do mainstreamu, to stanowią bardzo istotny punkt w odniesieniu do zmieniającej się percepcji projektów związanych z bronią atomową

oraz narastającego poczucia zagrożenia, które w pewnych kręgach przybierało formę walki o przetrwanie w lokalnych społecznościach (Cronin, 2017).

Warto również wspomnieć, że projektowanie azyli przeciwoatomowych nie ograniczało się jedynie do realizacji projektów z publikacji Biura Mobilizacji Cywilnej i Rządowej. W czasach zimnej wojny w Stanach Zjednoczonych budowano prywatne kompleksy schronów, które miały na celu ochronę zarówno rodziny, jak i jej całego dobytku. Przykładem takiego projektu mogą być budowle na farmie Roberta Dairy'ego w Nebrasce, który zbudował podziemny bunkier. Był on potencjalnym miejscem akomodacji ponad 200 krów, wyposażono go w rezerwuar o pojemności prawie 40 000 litrów, a testy R. Dairy'ego pokazały, że po dwóch tygodniach życia w zamknięciu po zwierzętach nie było widać żadnych negatywnych skutków (Correll, 2014, s. 67). Dowodzi to niezbicie, że projekty schronów, choć ukazywane w sposób bardzo wyidealizowany, zyskiwały coraz większą popularność oraz generowały kreatywne rozwiązania, które miały na celu zwiększenie zakresu obronności poszczególnych obywateli.

Komercjalizacja przetrwania, podobnie jak wcześniejsze formy komercjalizacji broni atomowej i jej testów, stała się codziennością Amerykanów przełomu lat 50. i 60. Przemozna większość materiałów prasowych i telewizyjnych w ówczesnym dyskursie publicznym przedstawiała możliwe skutki nowej jakości broni, redukując je do tymczasowej izolacji w przydomowych schronach. Rządowe materiały, choć zdecydowanie obszerniej opisujące sposoby zachowania bezpieczeństwa i możliwe konsekwencje ataku, nie były wolne od pozytywnego przekazu, który miał uspokoić obywateli (Schleibach, 2015). Koronnym przykładem był apel prezydenta Johna Fitzgeralda Kennedy'ego do obywateli z 6 października 1961 r., w którym nawoływał do budowy schronów przeciwoatomowych. Dzięki globalnemu zaangażowaniu Amerykanów J.F. Kennedy prognozował, że potencjalny atak przeżyje ponad 97% obywateli, co było bardzo optymistycznym założeniem, biorąc pod uwagę liczbę schronów oraz ich jakość.

Najczęściej realizacje schronów atomowych dalekie były od idyllicznych wizji, które publikowano w prasie i które ilustrować miały postnuklearną rzeczywistość przygotowaną na wzór modnych wówczas kampanii reklamowych. Przykładem projektu wykonanego fabrycznie przeznaczanego do montażu podziemnego, co było częstą praktyką w latach 50. i 60., jest wolnostojący schron wykonany przez Universal Tank & Iron Works, Inc. z dwóch warstw wzmocnionej stali (il. 8).



Il. 8. Schron przeciwatomowy, Smithsonian National Museum of American History, nr 2005.0051.04. Pozyskano z: https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_1282018 (dostęp: 12.02.2022).

Został on zainstalowany pod ziemią przed domem państwa Anderson z Ft. Wayne w stanie Indiana³. Jego wygląd znacząco odbiegał od standardu, który prezentowano w prasie oraz publikacjach rządowych. Te ostatnie, by wspomnieć tylko *The Family fallout shelter* wydaną przez Amerykańskie Biuro Mobilizacji Cywilnej i Obronnej (*The Family...*, 1959), obfitowały w ryciny ukazujące typy bunkrów przeciwatomowych, ich specyfikację oraz dokładne dane techniczne umożliwiające wybór odpowiedniego modelu. W publikacji szkice są poglądowe, nie zawierają ilustrowanych szczegółów, a jedynie zwracają uwagę na najważniejsze technikalnia. Znacząco różnią się one od reklamowanych w prasie projektów, które poza walorami bezpieczeństwa prześcigały się w ukazywaniu wygody wnętrza, wykorzystanych materiałów czy dużej przestrzeni. Przyglądając się stopniowemu urealnieniu zagrożenia, widać, jak bardzo wykreowane wizje są niekompatybilne z obrazem rzeczywistości.

Zakończenie

Konkludując, można stwierdzić, iż narracja wokół designu ery atomu stała się swoistym sposobem na zredukowanie strachu, który obecny był w ówczesnym społeczeństwie. Choć wzornictwo wpisywało się w kolorową, futurystyczną estetykę przełomu lat 50. i 60. i cieszyło się dużą

3 Ten model schronu datowany jest na lata 1950–1960, a zainstalowany został w 1955 r. Obecnie stanowi część kolekcji Narodowego Muzeum Historii Ameryki Instytutu Smithsona (Smithsonian National Museum of American History). Nr kat. 2005.0051.04.

popularnością, to już projekty schronów, które konfrontowały obywateli Stanów Zjednoczonych z realnym zagrożeniem, stały się początkiem innego postrzegania potęgi atomowej. Początkowa fala fascynacji jawiła się jako obietnica lepszego jutra, spełnienie neofuturystycznych wizji o kolonizacji kosmosu, kapsułach do mieszkania, latających pojazdach oraz zastąpieniu pracy ludzkich rąk dostępnymi w każdym domu humanoidnymi robotami. Sielski krajobraz atomowego społeczeństwa przybliżały filmy i seriale, cieszące się wówczas ogromną popularnością, jak *Podbój kosmosu* (ang. *Conquest of Space*, 1955), *Świat bez końca* (ang. *World Without End*, 1956) czy wspomniani już *Jetsonowie* (ang. *the Jetsons*, 1962).

Era atomu była okresem, w którym współistniały ze sobą dwie wykluczające się niejako reakcje na otaczającą rzeczywistość. Pierwsza z nich, podszyta propagandowymi plakatami, to euforia nowości, wiara w postęp technologiczny i mit amerykańskiej potęgi nuklearnej. Druga to walka o przetrwanie w przypadku ataku, która jednak została przeobrażona medialnie w karykaturę reklam w typie *mid-century modern*. Wydaje się więc zasadne podkreślić, że najistotniejszym elementem w dyskursie na temat projektowania, które było i jest integralnym elementem zastanej rzeczywistości, był dysonans między stanem faktycznym kondycji jego nabywców a projekcją medialną, która kreowała nową rzeczywistość. Najpełniej uwidacznia się to w kontekście designu schronów, których prymarna funkcja – zapewnienie przetrwania – została zastąpiona obietnicą spędzenia czasu w rodzinnym gronie, w otoczeniu wszelkich dostępnych wówczas wygód. Strach i instynkt samozachowawczy oraz liczba schronów w stosunku do liczby mieszkańców (Monteyne, 2011) doprowadzały jednak do często radykalnych rozwiązań, takich jak modyfikacje w projektach i użycie broni. Choć era atomu jawić się może jako początek nowoczesności i szybkiego rozwoju na wielu polach – architektury, designu, nauki, to jednak progres ten nie był wolny od strachu. Kolorowe wzornictwo, atomowe atrakcje i medialna propaganda wyrosły jako kamuflaż, który miał skutecznie (?) odwracać od niego uwagę.

BIBLIOGRAFIA

- Abercrombie, S. (2000). *George Nelson: The Design of Modern Design*. Cambridge, MA and London: The MIT Press.
- Alac, P. (2012). *Bikini Story: A Cultural History*. New York: Parkstone Press International.
- Boyer, P. (1994). *By the Bomb's Early Light: American Thought and Culture at the Dawn of the Atomic Age*. Chapel Hill and London: University of North Carolina Press.

- Corn, J.J. i Horrigan, B. (1984). *Yesterday's Tomorrows: Past Visions of the American Future*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.
- Correll, J.T. (2014). Fear of Fallout. *Air Force Magazine*, nr 4(97), 64–69.
- Cronin, J.G.R. (2017). Fear Thy Neighbour: Merton and the 1961 Shelter Scare. *The Merton Journal*, nr 2(24), 61–68.
- Davis, Ch. (1961). Gun Thy Neighbor? *Time*, 18.08.1961, 60.
- Davis, H.M. (1964). We Enter the New Era – the Atomic Age. *The New York Times*, 12.08.1945, 3.
- Fallout Shelters: You Could be Among the 97% to Survive If You Follow the Advice in This Article (1961). *Life Magazine*, 16.09.1961, 95.
- Garner, Ph. (2008). *Sixties Design*. Hong Kong–London–Köln: Taschen.
- Gracian, M. (2019). Shrouded in Darkness: The Lasting Effects of Las Vegas's Atomic Age on American Popular Culture. *The American Papers 2019–2020*, nr 38/2020, 115–127.
- Hauffe, Th. (1998). *Design*. London: Laurence King Publishing.
- Heimann J. (2015). *Mid-Century Ads*. Köln: Taschen.
- Hesse, M. (2017). This nuclear fallout shelter was untouched for 55 years. It might come in handy now. *The Washington Post*, 18.10.2017. Pozyskano z: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/the-school-fallout-shelter-was-untouched-for-55-years-it-might-come-in-handy-now/2017/10/17/6b3dfe90-b295-11e7-9e58-e6288544af98_story.html (dostęp: 12.01.2022).
- Kirkham, P. (2018). Charles and Ray Eames: Serious Play, Serious Pleasure. W: M. Obniski i D. Alfred (red.), *Serious Play: Design in Midcentury America*, New Haven and London: Yale University Press.
- McGoey, E. (red.) (2016). *American Silver in the Art Institute of Chicago*. Chicago: Art Institute of Chicago Press.
- Monteyne, D. (2011). *Fallout Shelter: Designing for Civil Defense in the Cold War*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Mooallem, S. (2017). Pop Goes Bazaar. *Harper's Bazaar USA*, nr 04/2017. Pozyskano z: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a9956837/harpers-bazaar-in-1960s> (dostęp: 17.02.2022).
- Morello, S. (2020). No Longer, Not Yet: Retrofuture Hauntings on The Jetsons. *De Genere. Journal of Literary, Postcolonial and Gender Studies*, nr 6, 113–127.
- Piech, P.P. (1958). Advertising Art in the Atomic Age. *The Penrose Annual*, nr 52/1958, 7–10.
- Raizman, D. (2003). *History of Modern Design: Graphics and Products Since the Industrial Revolution*. London: Laurence King Publishing.
- Rhodes, R. (2012). *The Making of the Atomic Bomb*. New York: Simon & Schuster.

- Schleibach M. (2015). *“In Case Atom Bombs Fall”: An Anthology of Governmental Explanations, Instructions and Warnings from the 1940s to the 1960s*. London: Jefferson.
- Stayton, K. (2001). Introduction. W: B. Rapaport i K. Stayton (red.), *Vital Forms: American Art and Design in the Atomic Age, 1940–1960*. New York: Harry N. Abrams Inc. Publishers.
- The Family fallout shelter* (1959). Washington: Office of Civil and Defense Mobilization Press.
- Vaughan Lee, H. (2019). *Artifacts from American Fashion*. Santa Barbara, CA: ABC–CLIO Publishing.
- Zeman, S.C. (2012). “To See ... Things Dangerous to Come to”: Life Magazine and the Atomic Age in the United States, 1945–1965. W: D. van Lente (red.), *The Nuclear Age in Popular Media. Palgrave Studies in the History of Science and Technology*. New York: Palgrave Macmillan.

Anna Wiśnicka – historyczka sztuki i designu, absolwentka KUL, autorka monografii *Simo Heikkilä – Designer’s Life and Work* wydanej pod patronatem honorowym Ambasady Finlandii w Warszawie oraz publikacji z dziedziny wzornictwa, sztuki nowoczesnej i architektury. Adiunkt na WNH UKSW oraz zastępczyni redaktor naczelnej rocznika „Załącznik Kulturoznawczy”.