

MICHAŁ

WÓJCIAK

FASHION

HUNGER PL

DZIEDZICTWO

POLSKIEJ

MODY

XX WIEKU

MICHAŁ

WÓJCIAK

KRAKÓW

2024

FASHION

HUNGER PL

DZIEDZICTWO

POLSKIEJ

MODY

XX WIEKU

Wstęp

Kiedy w listopadzie 2023 roku znalazłem się na wystawie „Nowoczesność reglamentowana. Modernizm w PRL” w Muzeum Narodowym w Krakowie, poczułem niemałą ekscytację w części poświęconej modzie i wzornictwu. Otóż miałem niebywałą przyjemność poznać osobiście twórców prezentowanych eksponatów: Jerzego Antkowiaka i Kalinę Paroll z Mody Polskiej oraz projektantkę tkanin Alicję Wyszogrodzką. Temat mody PRL zainteresował mnie w 2017 roku, w trakcie pisania pracy doktorskiej poświęconej zarządzaniu w branży mody, a konkretnie zarządzaniu polskimi markami autorskimi – niszowymi, będącymi poza głównym nurtem, stojącymi w opozycji do sieciowej mody. W jednym z podrozdziałów krótko przedstawiłem historię mody w okresie PRL. W tym czasie zdałem sobie bowiem sprawę, że bardzo ciężko opowiadać o współczesnej polskiej modzie w oderwaniu od zdarzeń z lat dziewięćdziesiątych XX wieku oraz poprzedzających je dekad. Efekt moich zmagania ukazał się nakładem wydawnictwa Attyka w 2022 roku w formie publikacji „Metafory mody. Zarządzanie marką autorską w kontekście przemian rynkowych – perspektywa projektantów”. Naturalnym wydało mi się więc kontynuowanie moich zainteresowań badawczych właśnie w tym kierunku, co umożliwiło mi stypendium Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w konkursie o stypendia twórcze oraz stypendia z zakresu upowszechniania kultury na 2023 rok.

Realizacja projektu przypadła na okres przejścia od roli pracownika akademickiego do projektanta dla jednej z polskich marek odzieżowych. Jak przystało na perfekcjonistę projekt wciąż się rozrastał, a termin ukończenia wciąż się oddalał. Koncepcja tekstu zmieniała kształt. Początkowo zakładałem, że będzie to klasyczna publikacja naukowa. Ostatecznie zrezygnowałem z naukowego stylu na rzecz popularnonaukowej narracji, mocno posiłkując się cytatami z publikacji, książek, artykułów, dokumentów źródłowych oraz

przeprowadzonych w latach 2021-2023 wywiadów. Nieocenionym źródłem wiedzy o modzie PRL stały się również wystawy muzealne i wizyty w miejscach związanych z tym zagadnieniem.

W rozdziale pierwszym przedstawiłem interpretację hasła „głód mody”, wskazując na źródło i możliwości odniesienia opracowanej koncepcji. W kolejnych odniosłem się do społeczno-politycznych przemian w czasie PRL oraz w pierwszej połowie XX wieku, do czasu zakończenia II wojny światowej w kontekście światowych zjawisk, które wpływały na modę. Osobno scharakteryzowałem lata dziewięćdziesiąte XX wieku (rozdział dziesiąty). W pozostałych rozdziałach przedstawiłem wybrane zagadnienia dotyczące mody w czasach PRL: wyróżniające się zakłady, instytucje, fenomeny oraz osoby. Rozdział czwarty poświęciłem Instytutowi Wzornictwa Przemysłowego, który był jednym z pierwszych w powojennej Europie jednostek promujących wzornictwo. PRL-owskie subkultury: bikiniarzy, hipisów oraz punków znalazły swoje miejsce w rozdziale piątym, a Moda Polska – dom mody skrojony na miarę socjalistycznych uwarunkowań z dostępem do zachodnich trendów, określany mianem „ministerstwa mody”, został scharakteryzowany w rozdziale szóstym.

W siódmym rozdziale zestawiałem postaci Barbary Hoff i Grażyny Hase, które wypracowały sobie wyjątkowy niezależny status, firmując własnymi nazwiskami projektowane kolekcje. Z dzisiejszej perspektywy można je określić mianem „PRL-owskich freelancerek”. W ósmym i dziewiątym rozdziale przybliżyłem historię dwóch zakładów, których produkty były powszechnie znane w całej Polsce. Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Tarmilo” w Tarnowskich Górach specjalizowały się w produkcji odzieży dziecięcej, eksportując oraz sprzedając swoje produkty na polskim rynku. Z kolei szczecińskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana” zyskały popularność szyjąc dziewczęce bluzki i sukienki, które były pożądane w całym kraju. W rozdziale dziesiątym przedstawiłem lata dziewięćdziesiąte XX wieku – światowe przemiany oraz ich wpływ na polskie realia. W warunkach

raczkującego kapitalizmu starano się naśladować zachodnie wzorce, z nabożnością traktowano pojawiające się zagraniczne marki, filmy i gwiazdy światowego formatu. Z uwagi na ograniczone zasoby finansowe konsumentów, kwitł rynek podróbek, rodzimych imitacji oryginalnych zachodnich produktów. Całość wieńczy rozdział dziesiąty, w którym odnoszę się do rosnącej popularności tematyki mody w okresie PRL oraz przedstawiłem przykłady marek, twórców oraz zjawisk, odwołujących się do sentymentów oraz chęci zachowania pamięci o przeszłych epokach.

W zastępstwie klasycznego podsumowania tekst uzupełniają zdjęcia z sesji fotograficznej zrealizowanej wspólnie z uczestnikami warsztatów poświęconych produkcji i realizacji sesji zdjęciowych dla branży mody. Naszym celem było współczesne zinterpretowanie mody z czasów PRL i lat dziewięćdziesiątych XX wieku z wykorzystaniem oryginalnych ubrań, biżuterii i dodatków z epoki, których wspólnie poszukiwaliśmy w rodzinnych garderobach i szafach znajomych oraz w internetowych serwisach sprzedażowych. Swoje skarby zgodził się również wypożyczyć sam Jerzy Antkowiak. Zupełnie niespodziewanie sesja stała się największym tego typu przedsięwzięciem w mojej dotychczasowej karierze, niezwykle przygodą. Wszyscy byliśmy zgodni, że stylizacje powinny zostać sfotografowane w niezwykle wnętrzach dawnego Centrum Administracyjnego Huty im. Tadeusza Sendzimira w Krakowie Nowej Hucie, co było sporym wyzwaniem logistycznym. W pewnym momencie sesji fotograf Paweł Fabjański ukuł hasło o „duchach Kombinatoru”, które znakomicie oddaje charakter zrealizowanych zdjęć. Bardzo się cieszę, że udało nam się te duchy ożywić. W tym miejscu dziękuję wszystkim zaangażowanym w ten projekt za współpracę i cierpliwość. Żywię również nadzieję, że poniższa publikacja będzie ważnym głosem, w dyskusji o polskiej modzie, wskazującym jak ważne jest rozpatrywanie jej współczesnego wymiaru w historycznym kontekście.

1. Głód mody

W przeprowadzonych na potrzeby książki „Metafory mody. Zarządzanie marką autorską w kontekście przemian rynkowych – perspektywa projektantów” wywiadach z projektantami prowadzącymi marki autorskie bardzo często pojawiały się porównania kulinarne. Wspominano o „jedzeniu małymi łyżkami” w kontekście rozważnego i stopniowego rozwoju marki, kreatywności jako możliwości stworzenia czegoś z niczego, np. smacznej kolacji z dostępnych w lodówce produktów. Porównywano zbieranie inspiracji i ich przetwarzanie do działania maszyny do mięsa lub zaproszenie klientek do butik do zaproszenia na kolację i konieczności podania tego, co samemu się lubi. Stąd wniosek, że można patrzeć na modę przez pryzmat kulinariów. Wymaga ona umiejętnego łączenia składników, czasem improwizowanego, czasem zgodnego z przepisem¹. Niczym na zdjęciach z serii „The FabFood Project”, na których fotograf Linus Morales wykorzystał logowane jedzenie nawiązujące do luksusowych domów mody²: kotlet wieprzowy Gucci, tost Louis Vuitton, kiełbaski ułożone w logo Chanel czy paluszki rybne Fendi.

Podążając tropem metafory kulinarnej można spojrzeć na powojenną historię mody w Polsce jako przejście od głodu mody w czasach PRL, przez nienasycenie lat dziewięćdziesiątych XX wieku, nasycenie pierwszej dekady XXI wieku do przesytu na obecnym polskim rynku mody wpisanym w globalną modową sieć³. Współczesna moda to bowiem nieustannie podsycany hajp (ang. *hype*), oparty na limitowanych edycjach, współpracach między markami i/lub projektantami, krótkich seriach (ang. *drop*), wprowadzanych do

¹ Michał Wójciak, *Metafory mody. Zarządzanie marką autorską w kontekście przemian rynkowych – perspektywa projektantów*, Wydawnictwo Attyka, Kraków 2022, s. 308-309.

² Chris Durso, *The FabFood Project, High-End Fashion Brand Logos Recreated With Food*, Foodiggity, 20 maja 2014, online: <https://www.foodiggity.com/the-fabfood-project-high-end-fashion-brand-logos-recreated-with-food/> [dostęp: 24 listopada 2024].

³ Michał Wójciak, *Metafory mody...*, dz. cyt. s. 317.

sprzedaży w określonym miejscu i czasie⁴. Do analizy potrzeby konsumentów najczęściej wykorzystywana jest klasyczna koncepcja potrzeb Abrahama Maslowa przedstawiana w formie piramidy⁵. Amerykański psycholog wskazał pięć rodzajów potrzeb⁶: fizjologiczne, bezpieczeństwa, przynależności i miłości, szacunku oraz samorealizacji. Modowe produkty mogą zaspokajać szereg różnych potrzeb jednocześnie, obok tych najbardziej podstawowych również te związane z przynależnością i szacunkiem. W wydanej w 2023 roku książce „The World Is On Fire But We’re Still Buying Shoes” Alec Leach, były redaktor serwisu Highsnobiety, opisuje, w jaki sposób wciąż podsycany jest głód mody konsumentów i konsumentek. Jego zdaniem branża mody bazuje na pięciu siłach, do których odwołują się marketingowcy promując marki modowe⁷:

- Eskapizm – moda jest optymistyczna, pomaga nam zapomnieć o naszych codziennych zmaganiach, stanowi obietnicę czegoś lepszego, odrywa nas od zmartwień, daje nadzieję na przyszłość;
- Status – jednym z przykładów statusu w starożytności był kolor purpurowy zarezerwowany dla rzymskich cesarzy; obecnie wyznacznikiem statusu są logo marek modowych lub przypisane im atrybuty jak np. charakterystyczny sposób plecenia skóry „intrecciato” włoskiego domu mody Bottega Veneta; status łączy się również ze znanymi i wpływowymi osobami, które promują marki modowe; kupując określone marki konsumenci dążą do potwierdzenia swojego statusu;

⁴ Alec Leach, *The World Is On Fire But We’re Still Buying Shoes*, 2023, Casimir Books, Berlin s. 45-72.

⁵ Patricia Mink Rath, Stefani Bay, Penny Gill, Richard Petrizzi, *The Why of the Buy. Consumer Behavior and Fashion Marketing*, Fairchild Books/Bloomsbury Publishing, Nowy Jork, Londyn 2015, s. 83.

⁶ Abraham Maslow, *Motywacja i osobowość*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 62-72.

⁷ Alec Leach, *The World Is On Fire...*, 2023, s. 17-44.

- Przynależność – marki bazują na określonych wartościach i kodach estetycznych skupiając ludzi, którzy utożsamiając się z nimi tworzą społeczność; kupując produkty lub naśladowując trendy, konsumenci chcą zaspokoić swoją potrzebę przynależności; współczesne trendy jednak nieustannie się zmieniają, a to oznacza, że szybko można utracić tak zdobyte poczucie przynależności;
- Nowość – branża mody bazuje na nowościach, nowych produktach i nowych trendach, które wzbudzać mają nieustanną ekscytację; w tym kontekście mamy do czynienia z dwoma rodzajami błędów poznawczych: iluzją wstrząsu – przecenianie długości i intensywności przyszłych stanów emocjonalnych, nowe produkty przynoszą nam radość krócej niż zakładamy oraz adaptacją hedoniczną – nawet najciekawsze działania z czasem powszednieją, kupując jedną rzecz, pragniemy kolejnej;
- Stymulacja – zakupy są wysoce stymulującym zajęciem, które często pomaga nam zapomnieć o codziennych problemach, jednak chęć uniknięcia trudnych emocji takich jak np. lęk, nuda, samotność czy smutek może wpędzić w samonapędzający cykl kompulsywnych zakupów.

Można dostrzec wyraźny związek pomiędzy siłami wskazanymi powyżej, a koncepcją potrzeb Abrahama Masłowa. Na wielość funkcji ubioru zwróciła uwagę również Gertruda Lehnert, moda to bowiem zbiór znacznie szerszy⁸:

Moda to coś więcej niż tylko ubiór. Człowiek, „urodzone nago zwierzę”, jak to sformułował angielski pisarz Carlyle, potrzebuje ubrania, które ma go chronić przed upałem i zimnem, deszczem, śniegiem i promieniami słońca. Gdyby jednak chodziło tylko o ochronę przed wpływami środowiska, w zupełności wystarczyłoby nam kilka sztuk odzieży na całe życie. Faktycznie chodzi tutaj o coś więcej, ubiór bowiem od początku spełniał również całkiem inną funkcję – zdołał i pomagał wyróżniać się spośród otoczenia.

⁸ Gertrud Lehnert, *Historia mody XX wieku*, Könemann, Kolonia 2001, s. 6.

Polska moda w XX wieku rozwijała się w cieniu burzliwych politycznych przemian. Pierwsze dwie dekady XX wieku to ostatnie lata zaborów i I wojna światowa. Następnie wskazać należy odzyskanie niepodległości i Drugą Rzeczpospolitą (1918-39), zlikwidowaną po upływie mniej niż jednego pokolenia wraz z wybuchem II wojny światowej. Ponowne odrodzenie nastąpiło pod auspicjami Związku Radzieckiego w latach 1944-1945 w formie, w której, jak wskazał Norman Davies w przedmowie do pierwszego wydania książki „Boże Igrzysko. Historia Polski”, w 1979 roku „[...] brakowało wielu spośród podstawowych atrybutów niepodległości”⁹. Przemiany lat osiemdziesiątych XX wieku przyczyniły się do przeprowadzenia wolnych wyborów w czerwcu 1989 roku, co pociągnęło za sobą pełne odzyskanie wolności w 1990 roku – wprowadzenie demokracji oraz kapitalistycznej gospodarki¹⁰.

W wydanej w 2020 roku książce *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland* wiek polskiej mody, liczony od 1918 roku, został podzielony na sześć okresów¹¹:

- 1918–1939 – Narodziny polskiej mody (ang. *The Birth of Polish Fashion*);
- 1939–1945 – Moda na przekór wszystkiemu (ang. *Fashion Against All Odds*);
- 1945–1956 – Fantazja i rozmach (ang. *Fantasy and Panache*);
- 1956–1980 – W europejskiej poczekalni (ang. *In Europe’s Waiting Room*);
- 1980–1990 – Kicz i bunt (ang. *Kitsch and Rebellion*);

⁹ Norman Davies, *Boże Igrzysko. Historia Polski*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010, s. 16.

¹⁰ Tamże, s. 1096-1139.

¹¹ Karolina Sulej (red.), *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020.

- After 1989 – Od bazarów do mody zrównoważonej (ang. *From Bazaars to Sustainable Fashion*)

Termin „głód mody” odnosić możemy do historii w kontekście braku produktów na rynku, jak również do szeregu potrzeb, które często są generowane lub podsycane przez marketingowo-biznesową maszynę mody. Przechodząc od PRL-owskiego głodu dotarliśmy do epoki przesytu, w której ilość posiadanych produktów modowych zdecydowanie przekracza nasze realne potrzeby. Zakupy dzięki technologii stały się tak łatwe jak nigdy wcześniej, rekompensujemy sobie dzięki nim różne braki i trudne emocje. Moda to jednak nie tylko to, co materialne, ale również szereg praktyk, które w Polsce zmieniały się na przestrzeni dekad, podobnie jak stosunek do mody. W latach dziewięćdziesiątych z jej pomocą chciano odciąć się od problemów poprzedniego systemu. Dzisiaj na nowo doceniamy to, co lokalne, z innej, często sentymentalnej perspektywy patrzymy na minione zjawiska, odkrywamy wartość w tym, co przeszłe, szukamy analogii między obecnymi czasami, a tymi które przeminęły. W kolejnych rozdziałach przedstawiono wybrane wątki dotyczące mody na świecie i w Polsce na przestrzeni XX wieku. Dekadzie lat dziewięćdziesiątych XX wieku poświęcono rozdział dziewiąty.

2. Co było przed PRL?

Koniec XIX wieku był schyłkowym okresem epoki wiktoriańskiej. Powoli kształtowała się klasa średnia, a ludzie masowo napływali do miast¹². Początek XX wieku to dynamiczny rozwój Paryża, Londynu, Nowego Jorku oraz czas rozkwitu nowych idei wypracowanych m.in. przez takie postaci jak Albert Einstein, Sigmund Freud, Carl Gustav Jung¹³. Drugą dekadę XX wieku nazaczyła wojna – rosła rola kobiet oraz postępował proces amerykańskiej europejskiej kultury, a wielu europejskich obywateli i obywateli emigrowało właśnie do Stanów Zjednoczonych¹⁴. Lata dwudzieste XX wieku określano mianem epoki jazzu. W tym czasie kobiety w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii zyskały prawa wyborcze¹⁵, gospodarczo był to jednak trudny okres¹⁶:

Mimo niekończącego się pasma przyjeń, większość zwykłych ludzi w latach 20. cierpiała niedostatek, były to czasy marszów głodowych i kolejek po zasilek. Kiedy w 1926 roku robotnicy brytyjscy przystąpili do strajku generalnego, klasy średnia i wyższa uprzytomniły sobie, że nie dla każdego życie wypełnione było zabawą. Czarny Piątek, czyli 24 października 1929 roku, dzień krachu na giełdzie, zmienił życie wielu bogatych i uprzywilejowanych, ale także wielu urodzonych w ubóstwie.

Problemy te w pełni objawiły się w kolejnej dekadzie. Lata trzydzieste XX wieku, choć spokojniejsze i bardziej ciche, charakteryzowały się nastrojem ogólnej desperacji. Na sile zyskiwały ideologie polityczne, takie jak komunizm

¹² Kate Mulvey, Melissa Richards, *Kanony Piękna. Zmieniający się wizerunek kobiety 1890-1990*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 1998, s. 10-11.

¹³ Tamże, s. 28-29

¹⁴ Tamże, s. 46-47.

¹⁵ Tamże, s. 64-65.

¹⁶ Tamże, s. 65.

czy faszyzm wraz z jego nazistowską odmianą¹⁷. Ucieczki od problemów poszukiwano w świecie filmu¹⁸:

Trudno się dziwić, że ludzie szukali pocieszenia w dalekim od rzeczywistości świecie filmu, gdzie reżyserzy hollywoodzcy i europejscy proponowali niemal zawsze szczęśliwe zakończenia. Bajkowe historie na srebrnym ekranie toczyły się tak, jakby cały świat był wolny od wszelkich problemów; przepełniał je optymizm, śpiew i taniec i śmiech. Wszystko to pozwalało zapomnieć o kłopotach, jeśli tylko starczało pieniędzy na bilet do kina – a większości ludzi starczało, ponieważ kino stało się najbardziej dostępną masową rozrywką.

Wybuch II wojny światowej oznaczał podporządkowanie codziennego życia działaniom militarnym, zamarła wszelka produkcja, która nie była bezpośrednio związana z prowadzeniem działań wojennych. Pojawiły się ograniczenia w zakresie dostępu do tkanin i dodatków pasmanteryjnych. W Wielkiej Brytanii od czerwca 1941 roku do 1949 roku odzież była racjonowana. Zachęcano więc obywateli do samodzielnego szycia i przerabiania dostępnych w domowej garderobie ubrań pod hasłem „Rób i naprawiaj” (ang. *Make Do and Mend*). W jednym z filmów instruktażowych z 1943 roku przygotowanym przez brytyjskie Ministerstwo Informacji ożywione części garderoby doradzają członkom sfrustrowanej rodziny, co nowego mogą z nich zrobić¹⁹. Dodatkowo na brytyjskich ubraniach pochodzących z masowej produkcji zamieszczano charakterystyczne logo CC41, które świadczyło, że wykonano je zgodnie z rządowymi obostrzeniami²⁰:

W Wielkiej Brytanii odzież racjonowano – od 1941 roku wszystkie ubrania musiały być opatrzone rządową metką CC41, oznaczającą, że wykonano je, stosując się do wszystkich produkcyjnych zastrzeżeń i ograniczeń w zużyciu

¹⁷ Tamże, s. 83.

¹⁸ Tamże, s. 83.

¹⁹ *Make Do and Mend, 1943 – Clothes rationing in Britain*, Imperial War Museum, online: <https://www.iwm.org.uk/history/make-do-and-mend-0> [dostęp: 10 lipca 2024].

²⁰ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno. Sto lat mody i stylu*, Znak Horyzont, Kraków 2018, s. 133.

materiału, liczby kieszeni czy guzików, a nawet, w przypadku butów, wysokości obcasa. By przekonać brytyjską ludność do tego pomysłu, produkty z metką CC41 były zwolnione z podatku. Ze względu na przestrzeganie surowych reguł dotyczących produkcji i fakt, że powstawały z myślą o przeciętnych, niezamożnych Brytyjczykach, całkiem przypadkowo ubrania CC41, zamiast gorzko przypominać o wojennej zawierusze, stały się synonimem produktów wysokiej jakości w przystępnej cenie.

Po II wojnie światowej wraz z wprowadzaniem przez Christiana Diora *new look* nastąpiło odrodzenie kobiecości. Jak zauważyła historyczka mody Lilah Ramzi, lata czterdzieste XX wieku to przejście od wyglądu napędzanego wojennym podejściem do szycia i przerabiania do celebracji szyku dla szyku spod znaku *new look*²¹. Przemiany w światowej modzie od początku XX wieku do zakończenia II wojny światowej w 1945 roku zostały syntetycznie przedstawione w tabeli 1 z podziałem na trzy okresy:

- 1900–1918 – Początki haute couture;
- 1920–1929 – Złote lata dwudzieste;
- 1930–1945 – Moda w czasach kryzysu.

W kolejnych częściach rozdziału przedstawiono najważniejsze przemiany w zakresie męskiej i damskiej linii ubioru w pierwszej połowie XX wieku oraz najważniejsze zjawiska dotyczące mody i wzornictwa w Polsce. Lata dziewięćdziesiąte XIX wieku i pierwsza dekada wieku XX to przede wszystkim wpływy secesyjne. W Polsce ten kierunek był ściśle związany ze sztuką Młodej Polski i takimi twórcami jak: Stanisław Wyspiański, Józef Mehoffer, Edward Okunia, Konstanty Laszczyński. Modne Polki ulegały przede wszystkim wpływom paryskich projektantów²². Jak podkreśla Karolina Żebrowska, moda francuska

²¹ Lilah Ramzi, *A 1940s Fashion History Lesson: Wartime Utility Suits, the New Look, and More Trends of the Decade*, Vogue, 19 kwietnia 2024, online: <https://www.vogue.com/article/1940s-fashion-history-lesson> [dostęp: 10 lipca 2024].

²² Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów w Polsce*, Arkady, Warszawa 2003, s. 200.

była nieco bardziej krzykliwa od mody angielskiej. Obfitowała w pióra, koronki, zdobione kapelusze oraz śmiało wykorzystywała intensywne kolory²³. Kobięca sylwetka przypominała kształtem literę S, co osiągnęto dzięki gorsetom oraz charakterystycznemu kształtowi spódnicy – obcisłej na biodrach, rozszerzającej się od linii kolan. Ornamentyka podobnie jak w sztuce opierała się na motywach zaczerpniętych z natury (owady, ptaki, płazy, gady, kwiaty takie jak irysy czy maki japońskie) i była widoczna np. w noszonej biżuterii. Wśród Polek za ikony epoki w tym czasie uznać należy Jadwigę Mehoffer uwiecznioną na obrazach męża, aktorkę Irenę Solską czy Dagny Juel Przybyszewską, która była związana m.in. ze Stanisławem Przybyszewskim²⁴.

W męskiej modzie kluczową rolę odgrywała smukła sylwetka (spadziste ramiona, szczupła talia, długie nogi). To czas, w którym upowszechniły się garnitury z marynarką zapinaną na jeden rząd guzików. Męskie stroje dopełniały dodatki: kapelusz, rękawiczki, cienka laseczka z ozdobną gałką. Konwencję przełamali przedstawiciele artystycznej cyganerii. Niektórzy artyści, m.in. Stanisław Wyspiański, Józef Chełmoński, Stanisław Witkiewicz, chętnie nosili elementy ludowe takie jak płócienne koszule, kamizelki, góralskie serdaki i kożuszki. Na uwagę zasługuje styl Jacka Malczewskiego, który tworząc swoje autoportrety sięgał po damskie koszule z bufiastymi rękawami, peleryny, duże kapelusze, wojskowe płaszcze, żupany²⁵.

²³ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 8.

²⁴ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 200-207.

²⁵ Tamże, s. 207-211.

Tabela 1. Przemiany w światowej modzie w latach 1900-1945

Okres	Charakterystyka
<p>1900–1918</p> <p>Początki haute couture</p>	<p>Rozwój haute couture zainicjowanego przez Charlesa Fredericka Wortha w drugiej połowie XIX wieku; Wraz z początkiem wieku objawił się ruch reformatorski, który wyrażał sprzeciw m.in. wobec idei gorsetu; W 1903 roku zostały założone Warsztaty Wiedeńskie, w których od 1911 roku za dział artystycznych ubiorów odpowiadał Eduard Josef Wimmer-Wisgrill; Paul Poiret dążył do odnowienia kobiecej mody poprzez zerwanie z gorsetem i stosowanie luźnych form (tuniki, kimona, spodnie typu szarawary); Wraz z popularnością rosyjskiego zespołu baletowego Ballets Russes, wystawiającego orientalne sztuki w Europie, zapanowała moda na orientalizm jako eklektyczny styl łączyący wpływy indyjskie, egipskie, bizantyjskie, arabskie, chińskie i wschodniorosyjskie; Hiszpański projektant Mariano Fortuny zasłynął sukniami wzorowanymi na greckim chitonie z drobno plisowanego jedwabiu; Najważniejszym awangardowym ruchem przedwojennym stał się futurizm, a jeden z przedstawicieli tego nurtu Giacomo Balla w swoim manifestie z 1914 roku postulował wykorzystanie żywych kolorów, geometrii i asymetrii w modzie męskiej; I wojna światowa wpłynęła na uproszczenie damskiej mody, pojawiła się m.in. tzw. wojenna krynolina – krótsza niż dotychczas spódnica zakrywająca łydki, która zapewniała nieograniczoną swobodę ruchów.</p>
<p>1920–1929</p> <p>Złote lata dwudzieste</p>	<p>Po zakończeniu wojny w wielu krajach zaczęły wzrastać nastroje nacjonalistyczne; Kultura uległa umiędzynarodowieniu – ton nadawały Paryż, Berlin oraz Nowy Jork; Do ikon tego czasu należały m.in. amerykańska aktorka Louise Brooks oraz szansonistka i tancerka afroamerykańskiego pochodzenia Josephine Baker; Powojenny głód życia i żądza zabawy zdominowały całe dziesięciolecie; Wśród najważniejszych nurtów wymienić należy: Bauhaus, konstruktywizm oraz neorealizm; Pojawił się nowy ideał urody – kobieta wysoka i smukła; Ubiory zyskały proste, pudełkowe fasony, które maskowały krągłości; Talia w strojach ulegała stopniowemu obniżeniu, aż dotarła do poziomu bioder; Ważnym źródłem inspiracji stał się sport, szczególnie tenis i jazda samochodem; Popularnym dodatkiem stanowił wachlarz ze strusich piór; Długie, falujące włosy zostały wyparte przez fryzurę chłopczycy, czyli gładko uczesane włosy, ścięte do wysokości podbródka, często z prostą grzywką; Prostemu uczesaniu towarzyszył makijaż z mocno podkreślonymi ustami i oczami; W modzie męskiej marynarki początkowo miały wysoko podkreśloną talię,</p>

	<p>z końcem dekady akcent został przeniesiony na ramiona; Ekscentrycznym elementem męskiej mody stały się spodnie oksfordzkie z charakterystycznymi, szerokimi nogawkami; Pojawiła się współczesna odmiana dandyzmu reprezentowanego przez Barona von Eelkinga, wydawcę magazynu „Der Modediktator”, czy pisarza Francisa Scotta Fitzgeralda i jego powieść „Wielki Gatsby”; Charlie Chaplin reprezentował wizerunek trampa – mężczyzny niedostosowanego społecznie i egzystującego w ubogich warunkach; Coco Chanel wylansowała małą czarną; Jean Patou wprowadził na rynek sportowe ubrania codzienne dla wszystkich kobiet; Jeanne Lanvin przeciwstawiała się prostym liniom projektując stylowe suknie wieczorowe, często z małą krynoliną; Madeleine Vionnet wykorzystywała cięcie tkaniny po skosie; Postaciami reprezentatywnymi w zakresie projektowania mody w tej dekadzie byli również: Augusta Bernard, Louise Boulanger, Christoph Drecoll, Maggy Rouff czy James Redfern; Artystka i malarka Sonia Delaunay tworzyła symultaniczne projekty odzieży i wyposażenia wnętrz; W Rosji wraz z rewolucją październikową postulowano utylitarny charakter sztuki i mody – z tymi założeniami eksperymentowali tacy twórcy i twórczynie jak Władimir Tatlin, Warwara Stiepanowa, Lubow Popowa, Nadieżda Łamanowa, Aleksandra Ekster.</p>
<p>1930–1945 Moda w czasach kryzysu</p>	<p>Elegancka i tradycyjna kobiecość wyparła młodzieńczość, chłopiństwo i sportowy duch lat dwudziestych XX wieku; W 1932 roku światowy kryzys gospodarczy osiągnął swoje apogeum; Rosły nastroje nacjonalistyczne i faszystowskie a wraz z nimi izolacjonizm państw europejskich i dążenie do popierania rodzimego przemysłu odzieżowego np. w Niemczech i Włoszech; W związku z wprowadzeniem filmu dźwiękowego wzrosła rola kina; Gwiazdami dekady były: Lil Dagover, Lilian Harvey, Zarah Leander, Greta Garbo, Marlena Dietrich, Joan Crawford, Tallulah Bankhead, Ginger Rogers, Jean Harlow; Ikoniczną parą stała się Marlena Dietrich i Spencer Tracy; Popularność zyskali amerykańscy projektanci kostiumów: Adrian Adolph Greenburg oraz Travis Banton; Mężczyźni nosili sportowe marynarki, często razem z halsztykiem; Męskimi ideałami dekady stali się: Cary Grant, Fred Astaire, Clark Gable; Kobięca sylwetka zyskała posągowość poprzez m.in. podkreśloną talię i biust; Noszono wąskie rozkloszowane spódnice w zestawieniu z bluzą i bolerkiem; Jean Patou wylansował długość do połowy łydki; Moda wieczorowa stała się wystawniejsza niż w latach dwudziestych; Miękkie, łagodne i smukłe linie</p>

	<p>stały się również charakterystyczne dla innych dziedzin projektowania, m.in. wnętrz (Pierre Chareau, Maurice Dufrêne) czy samochodów; Wyznacznikiem luksusu stały się podróże statkami pasażerskimi i samolotami; Duke Ellington i Benny Goodman spopularyzowali jazz; W połowie dekady zarówno w Stanach Zjednoczonych jak i Europie najchętniej tańczono swinga; Przebojem mody stały się futra farbowane na różnorodne kolory; Eksperymentowano z nowymi materiałami – elastycznymi, PVC, sztucznymi jedwabiami, np. rayonem; W Paryżu swoją pozycję w modzie w latach trzydziestych XX wieku ugruntowali: Marcel Rochas, Cristóbal Balenciaga, Norman Hartnell, Mainbocher, Edward Henry Molyneux, wśród kobiet projektantek: Nina Ricci, Madeleine Vionnet, Madame Grès, Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, na scenie międzynarodowej m.in. w Stanach Zjednoczonych: Valentina Schlee, Elizabeth Haws, Muriel King, a w Wielkiej Brytanii: Digby Morton i Hardy Amies; Wybuch II wojny światowej wymusił zmiany linii sylwetki, która stała się bardziej kanciasta poprzez wprowadzenie wąskich spódnic i podkreślonych ramion; Paryska moda w czasie wojny przeżywała kryzys – większość domów mody zamknięto, a wielu projektantów i projektantek wyjechało za granicę; Dla przeciętnych konsumentek w krajach dotkniętych konfliktem najważniejsze stało się pozyskanie porad i umiejętności, dzięki którym były w stanie samodzielnie przerobić lub ulepszyć posiadaną garderobę – tendencja ta utrzymywała się długo po zakończeniu wojny.</p>
--	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gertrud Lehnert, *Historia mody XX wieku*, Könemann, Kolonia 2001, s. 6-41.

Okres od 1908 do 1914 roku Anna Sieradzka określiła mianem „poszukiwania nowości”²⁶. Bogata ornamentyka charakterystyczna dla secesji ustąpiła miejsca prostszym formom²⁷:

Nowych źródeł inspiracji zaczęto szukać w antyku i kulturach egzotycznych. Stąd też jeden z czołowych kierunków sztuki i damskiej mody w ostatnich latach przed I wojną światową – styl art déco – kształtował się pod wpływem dwóch głównych tendencji: klasycyzującej i orientalnej.

²⁶ Tamże, s. 212-213.

²⁷ Tamże, s. 214.

Moda klasycyzująca była propagowana pod hasłem „stylu dyrektoriatu” lub jako „styl empire”. Popularne były suknie z podniesionym stanem, dużym dekoltem i krótkimi rękawami. Pojawiły się kostiumy złożone z obcisłych żakietów i wąskich spódnic z rozcięciem z boku. Damska moda znalazła się pod wpływem motywów orientalnych. Wśród nakryć głowy popularność zyskały toczki i turbany²⁸. W męskiej modzie postępował proces upraszczania, pojawiało się jednak coraz więcej krojów poszczególnych elementów garderoby np. marynarek – od obcisłych i krótkich, zapinanych na jeden guzik, po dłuższe i obszerniejsze dwurzędówki. Obowiązkowym elementem zakładanym pod marynarkę stała się kamizelka. Spodnie zostały wzbogacone o kant i mankiety. Elegancki mężczyzna nie pokazywał się publicznie w rozpiętej marynarce, bez krawata czy w samej kamizelce²⁹.

I wojna światowa wymusiła daleko idące zmiany w damskiej garderobie – wprowadzono kostiumy złożone z żakietu wzorowanego na męskim umundurowaniu w zestawie ze spódnicami do połowy łydki. Po zakończeniu wojny postępował proces geometryzacji sylwetki, pojawiła się linia tuby i figura chłopczycy – królowała obniżona talia, maskowano biodra i biust³⁰. Lata trzydzieste to triumfalny powrót kobiecości. Niezależnie od przeznaczenia noszono dopasowane do figury stroje z podkreśloną linią ramion i długością do połowy łydki. Na co dzień popularne były kostiumy (żakiety nawiązujące do męskich marynarek w zestawie z wąską spódnicą), zestaw spódnica i bluzka lub sukienki z cienkiej wełny w sezonie jesienno-zimowym, w letnim w drobne wzory kwiatowe. Suknie wieczorowe były długie i dopasowane, określano je mianem hollywoodzkich ze względu na popularność wśród amerykańskich aktorek. Mężczyźni w ciągu dnia nosili wełniane garnitury w kolorze szarym, granatowym lub brązowym. Na popołudnie wybierano jasne garnitury lub marynarki w kratę w komplecie

²⁸ Tamże, s. 214-220.

²⁹ Tamże, s. 220-225.

³⁰ Tamże, s. 228-239.

z gładkimi spodniami. Wieczorem obowiązywały smokingi, a na oficjalnych uroczystościach lub podczas wyjścia do opery fraki uzupełnione lakierkami i cylindrem³¹.

W latach trzydziestych XX wieku zgodnie ze światowymi tendencjami również w Polsce na sile zyskiwała moda sportowa w wydaniu letnim i zimowym³²:

Wraz z modą na opaleniznę, która miała świadczyć o zdrowiu i tężyznie, stroje plażowe stawały się coraz bardziej skąpe. Zabudowane trykoty w pasy, w których mężczyźni zażywali kąpiele jeszcze w latach dwudziestych, w następnej dekadzie zastąpiono zwykłymi czarnymi spodenkami. Strój kobiecy pozbywał się powoli nadmiaru ozdób i falbanek, odkrywając przez słońcem coraz więcej ciała. Najpopularniejszym modelem był jednoczęściowy trykotowy kostium z dużym dekoltem i krótkimi nogawkami, niemal taki sam, z jakiego dopiero co zrezygnowali mężczyźni. W drugiej połowie lat trzydziestych modne stały się króciutkie spódniczki w kolorze kostiumu, które na nim zapinano. Pierwsze kostiumy dwuczęściowe, składające się z obcisłych szortów i zabudowanego stanika, pojawiły się dopiero w ostatnich latach międzywojnia. Zimą modnie było poszusować na nartach, najlepiej w Zakopanem, Krynicy czy w kurortach Huculszczyzny. Na tę okazję zarówno kobiety, jak i mężczyźni zaopatrywali się w pumpy – spodnie sięgające kostek lub kolan – i grube skarpety. Panowie na dzianinowy golf albo na koszulę z ciepłą kamizelką zakładali nieprzemakalną, zapinaną na zamek błyskawiczny brezentową wiatrówkę bądź po prostu wełnianą marynarkę. Panie zamiast męskiej kurtki wybierały zwykle żakiet, jak uważano – bardziej twarzowy. Całości dopełniał wełniany komplet: szalik, czapeczka i rękawiczki, choć głowę chroniono często zawadiackim tyrolskim kapelusikiem z filcu.

Autorska para w kontekście mody zwróciła również uwagę na ogromną popularność futer³³:

W modzie były futra, przynajmniej jako ozdoba przy kołnierzu i mankietach. Popularnością cieszyły się żrebaki, karakuły, foki, popielice, dla mniej zamożnych klientek szyto okrycia ze skórek króliczych, krecich i zajęczych. Na kołnierze i mankiety używano futer o dłuższym włosie, najczęściej z lisów, szynszyli, popielic. Srebrny lis, wyprawiony z łapkami i główką, w której

³¹ Tamże, s. 244-248.

³² Maja i Jan Łozińscy, *Design i moda w przedwojennej Polsce*, BOSZ, Olszanica 2022, s. 42.

³³ Tamże, s. 18-19.

umieszczano szklane oczy, należał do ulubionych dodatków mody kobiecej. Zarzucano go nonszalancko na ramię, koniecznie główką do tyłu, niezależnie od pory roku i okazji. Elegantki wiedziały doskonale, że lis z rudym włosem nadaje się wyłącznie na co dzień, do zwykłego kostiumu, płaszcza, codziennej sukienki.

W modzie czasów II wojny światowej kluczowa stała się funkcjonalność³⁴:

Moda rzeczywiście „zeszła na plan dalszy” – należało się w pierwszej kolejności zatroszczyć o dach nad głową i pożywienie, a jeśli już myślano o ubraniach, to wyłącznie tych absolutnie niezbędnych, które trzeba było jakoś zdobyć, bo te dotychczas używane nie przetrwały wybuchu wojny lub wskutek nadmiernego zużycia zwyczajnie się rozpadły. We wszystkich innych przypadkach bez zastanowienia donoszono stare ubrania sprzed wojny.

Mężczyźni najczęściej nosili przedwojenne garnitury i płaszcze. Upowszechniły się sportowe pumpy i bryczesy, które łączono z krótkimi kurtkami i kożuszkami. Chętnie zakładano oficerki, czarne z długą cholewką. Popularnym składnikiem garderoby stały się wełniane swetry, które dawniej traktowano jako strój o charakterze rekreacyjnym. W lecie z kolei ubierano koszule z wyłożonym kołnierzykiem, bez krawata, często w paski lub kratę³⁵. Ograniczenia w dostępie do tkanin wymuszały na kobietach stosowanie przeróbek. Przerabiano własną i męską garderobę, łącząc odmienne rodzaje tkanin lub wzorzyste i gładkie materiały³⁶:

Damski kostium, na który adaptowano często męski garnitur, miał więc żakiet przypominający marynarkę: lekko wycięty, z wyłożonym kołnierzem oraz bardzo szerokimi ramionami, które stały się charakterystycznym elementem kobiecych ubiorów z tego okresu. Ramiona poszerzano dużymi, włosianymi lub watowanymi poduszkami. Spódnice były lekko rozszerzane do dołu, sięgające tylko tuż za kolano. Do kostiumu i samej spódnicy często noszono dzianinowe sweterki, które zastępowały trudniejsze do uszycia bluzki. Codzienne sukienki miały często rozpinaną do talii górę z niewielkim

³⁴ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 115.

³⁵ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 272.

³⁶ Tamże, s. 274-276.

kołnierzykiem pod szyją i zawsze poszerzonymi ramionami oraz dość wąską (ze względu na oszczędność materiału), układaną w luźne fałdy lub zszywaną spódnicę. Nieodzownym elementem sukienki, spódnicy, żakietu były praktyczne, duże, nakładane kieszenie. Damskie okrycia wierzchnie – ciepłe żakiety, kurtki czy płaszcze sporządzano często z chałupniczo tkanych samodziałów, przerabiano z męskiej odzieży, szyto z wełnianych lub bawełnianych koców. Na wsi noszono też kozuchy i kozuszone serdaki; uboższe kobiety okrywały się dużymi, kraciastymi, samodziałowymi chustami.

Polki i Polacy w obliczu konfliktu stali się jedną społecznością, pozbawioną klasowych podziałów. Niedola uczyniła ich równymi. Nakrycia głowy zostały ograniczone do chustek, apaszek i kapeluszy. Torebki odeszły w zapomnienie, wyparte przez wiadra wody, polana drewna, worki węgla. Jeśli już pojawiano się z jakimś akcesorium, był to raczej plecak. Moda nie straciła jednak swojego wymiaru symbolicznego. Ekstrawagancki ubiór zgodny z najnowszymi tendencjami, perfumy czy biżuteria świadczyć mogły o współpracy z wrogiem³⁷. Jednocześnie jak zauważa Karolina Sulej, dla osób przebywających w obozach dbanie o wygląd było ważnym elementem codziennej rutyny, pozwalającym zachować godność, a tym samym podtrzymać wolę życia³⁸. Myśl ta została rozwinięta w publikacjach książkowych autorki „Rzeczy osobiste. Opowieść o ubraniach w obozach koncentracyjnych i zagłady”³⁹ wydanej w 2020 roku oraz kontynuacji z 2021 roku „Historie osobiste. O ludziach i rzeczach w czasie wojny”⁴⁰. Z kolei Niemcy wykorzystywali modę w celach propagandowych i tak Zofię Hebdę,

³⁷ Karolina Sulej, *Fashion Against All Odds*, [w:] Karolina Sulej (red.), *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020, s. 64.

³⁸ Tamże, s. 88-97.

³⁹ Karolina Sulej, *Rzeczy osobiste. Opowieść o ubraniach w obozach koncentracyjnych i zagłady*, Czerwone i Czarne, Warszawa 2020.

⁴⁰ Karolina Sulej, *Historie osobiste. O ludziach i rzeczach w czasie wojny*, Czerwone i Czarne, Warszawa 2021.

założycielkę Domu Mody „Falbanka” prasa obwołała polską Coco Chanel⁴¹. W butikach zaopatrywały się aktorki i piosenkarki okupacyjnych teatrzyków i rewii, osoby, które wzbogaciły się w czasie wojny, jak również żony niemieckich urzędników, przedsiębiorców i wojskowych⁴².

Do najpopularniejszych modowych instytucji w okresie międzywojennym w Polsce należał Dom Mody Bogusław Herse założony w 1868 roku z ofertą skierowaną do majątnych klientów oraz Dom Towarowy Braci Jabłkowskich przeznaczony dla średniej klasy – jego historia sięga 1884 roku, kiedy Aniela Jabłkowska otworzyła niewielki sklep z galanterią skózaną. Bardzo często oferta tego typu sklepów oparta była na odszywaniu importowanych wzorów, choć reklamowano produkty jako paryskie (w przypadku mody damskiej) lub angielskie i wiedeńskie (moda męska). Podobny sposób działania dotyczył Boguchwała Myszkorowskiego, który otworzył swój sklep w 1910 roku czy Maksymiliana Apfelbauma, który specjalizował się w futrzanych okryciach wierzchnich oraz akcesoriach⁴³. Jak podkreśla Ewa Rzechorzek, w latach 1910-1930 nastąpił prawdziwy „wysyp” modnych miejsc w Warszawie, oferujących odzież, futra, bieliznę i tkaniny⁴⁴. W przypadku obuwia i nakryć głowy korzystano głównie z bogatej oferty rzemieślników. W Warszawie popularne były zakłady szewskie należące do rodziny Kielmanów, Lucjana

⁴¹ Karolina Sulej, *Fashion Against All Odds...*, dz. cyt., s. 64.

⁴² Joanna Mruk, *Moda kobieca w okupowanej Polsce*, Księży Młyn Dom Wydawniczy, Łódź 2017, s. 50.

⁴³ Aleksandra Jatczak-Repeć, *1918-1939. The Birth of Polish Fashion*, [w:] Karolina Sulej (red.) *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020, s. 24-25.

⁴⁴ Ewa Rzechorzek, *Dom Mód „Bogusław Herse”*, Wirtualne Muzeum Konstancina, online: http://www.muzeumkonstancina.pl/1160_dom_mod_boguslaw_herse [dostęp: 25 czerwca 2024].

Leszczyńskiego, Józefa Mieszkowskiego, Stanisława Hiszpańskiego oraz sklep obuwniczy należący do czeskiej sieci Bata⁴⁵.

Popularną formą promocji oraz rozrywki stały się pokazy mody, które odbywały się w kawiarniach, ogrodach, hotelach czy sklepach. Najpopularniejsze miały miejsce w Warszawie w kawiarni Sztuka i Moda oraz w Teatrze Polskim, jak również w Krakowie w Grand Hotelu i Teatrze Starym. W rolę modeli i modelek wcielały się nie tylko osoby ze środowiska aktorskiego i artystycznego, ale również przedstawiciele i przedstawicielki szeroko rozumianej socjety. Zdarzało się, że miejsce pokazu wybierano pod kątem prezentowanego rodzaju odzieży i tak np. w stołecznym Yacht Clubie zorganizowano pokaz odzieży plażowej⁴⁶.

Ważną rolę w procesie rozpowszechniania na lokalnym rynku zachodnich tendencji miały luksusowe magazyny takie jak „Bluszcz”, „Tygodnik Mód i Powieści”, „Pani” czy „Teatr i Życie Wytworne”. Tańsze tytuły jak „Moja przyjaciółka”, „Kobieta w świecie i domu”, „Świat kobiety”, „To co najmodniejsze” miały bardziej praktyczny wymiar, często zawierały gotowe wykroje i porady dotyczące szycia obok porad dotyczących gotowania, sprzątnania oraz dbania o ubrania. Relacje z balów, wydarzeń, bankietów, pokazów oraz zdjęcia modnie ubranych gwiazd można było również znaleźć w prasie codziennej, m.in. w takich tytułach jak „Ilustrowany Kurier Codzienny” czy „As”. Podobnie jak za granicą, wyznacznikiem stylu stały się aktorki. Największą popularność spośród polskich aktorek zyskała Pola Negri, która jako pierwsza Europejka podpisała kontrakt z amerykańską wytwórnią Paramount Pictures. W Polsce popularnością cieszyły się również: Hanka Ordonówna, Tola Mankiewiczówna, Zuza Pogorzelska, Lena Żelichowska, Mira Zimińska, Jadwiga Smosarska czy Mieczysława Ćwiklińska. Zwracano również uwagę na styl polityków i ich partnerek, m.in. prezydenta Ignacego

⁴⁵ Aleksandra Jatczak-Repeć, *1918-1939...*, dz. cyt., s. 33.

⁴⁶ Tamże, s. 33.

Mościckiego i jego drugiej żony Marii czy ministra spraw zagranicznych Józefa Becka i jego współmałżonki Jadwigi⁴⁷. Z kolei ideał wytwornego mężczyzny, prawdziwego dżentelmena w przedwojennych filmach uosabiali tacy aktorzy jak m.in. Franciszek Brodniewicz, Eugeniusz Bodo, Aleksander Żabczyński⁴⁸.

W II RP promocja dzieł polskich twórców i zakładów stanowiła kwestię narodową. Śmiało można stwierdzić, że II RP była projektem o charakterze tożsamościowym. Promocja polskości stanowiła ważny punkt ówczesnej polityki narodowej. Do tego celu zaprzęgnięto również sztukę, design i modę – promowano dzieła polskich twórców i wytwory lokalnych zakładów. Tendencja ta była zresztą silna na całym świecie, a promowaniu poszczególnych krajów służyły różnego rodzaju wystawy międzynarodowe⁴⁹:

We wtorkowe popołudnie 26 maja 1925 roku, wyjątkowo chłodne i wilgotne jak na wiosenny Paryż, dokonano oficjalnego otwarcia Polskiego Pawilonu na Międzynarodowej Wystawie Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu. Młode państwo polskie przywiązywało ogromną wagę do udziału w tej prestiżowej imprezie, która miała wskazać zmienionemu po wielkiej wojnie światu nowe kierunki rozwoju sztuki stosowanej i projektowania. [...] Jerzy Warchałowski powiedział po latach, że właśnie wówczas nad brzegami Sekwany Polska odzyskała „niepodległość artystyczną”. Twórcą architektury Polskiego Pawilonu był Józef Czajkowski – malarz, projektant, profesor warszawskiej Szkoły Sztuk Pięknych, orędownik stylu narodowego. Inspirując się sztuką ludową Podhala, kontynuował myśl artystyczną Stanisława Witkiewicza z lat osiemdziesiątych XIX wieku, jednak środki, jakimi się posługiwał, miały już swoje źródło w dwudziestowiecznej awangardzie, w kubizmie i formizmie.

Łączono więc zamiłowanie do nowoczesności z tradycyjnymi elementami kultury polskiej. Nie inaczej było w 1939 roku, kiedy otwarto Wystawę Światową w Nowym Jorku⁵⁰:

⁴⁷ Tamże, s. 44.

⁴⁸ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 244.

⁴⁹ Maja i Jan Łozińscy, *Design i moda...*, dz. cyt., s. 8.

⁵⁰ Tamże, s. 46.

Pawilon Polski na wystawie nowojorskiej, która odbywała się pod hasłem „Świat jutra”, mógł zaskakiwać zapatrzeniem w przeszłość, w narodową historię. Przed wejściem stał odlany w brązie pomnik konny Władysława Jagiełły, trzymającego miecze w obu uniesionych rękach. Droga do wnętrza budynku prowadziła przez bramę stylizowaną na sandomierską Bramę Opatowską. Strop z kasetonami i marmurowa posadzka w Sali honorowej miały przywołać na myśl komnaty wawelskie. [...] Propagandowe przesłanie wystawy było oczywiste – Rzeczpospolita od zawsze odgrywała ważną rolę w dziejach chrześcijańskiej Europy.

Tego typu przedsięwzięcia wiązały się z ogromnymi nakładami organizacyjnymi i finansowymi, co w przypadku udziału w nowojorskiej wystawie podkreśliła Maria Romanowska-Zadrożna⁵¹:

W niepodległej Polsce zdawano sobie sprawę ze znaczenia tej formy promocji kraju i w przygotowanie narodowej ekspozycji na nowojorską wystawę włożono olbrzymie wysiłki organizacyjne. Komisarzem wystawy został Stefan Ropp, wszechstronnie wykształcony, znakomity ekonomista i organizator, wybitny fachowiec i człowiek niezwykle przedsiębiorczy, od 1931 r. dyrektor Targów Poznańskich. Nie szczędzono też środków; na ekspozycję w Nowym Jorku wydano ponad milion dolarów.

W kontekście wybuchu II wojny światowej sama wystawa zyskała status symboliczny, skupiając jak w soczewce polityczne napięcia pomiędzy państwami⁵²:

Pomimo szczytnych haseł wystawy budowania świata bez wojen i przemocy, połączonego ideą współpracy międzynarodowej, już od samego początku sytuacja polityczna Europy i oznaki zbliżającej się wojny ciążyły na ekspozycji Wystawy. Niemcy, zajęte innymi przygotowaniem, w ogóle nie wzięły w niej udziału. Albania okupowana przez Włochy nie wystawiła swojego pawilonu. Pawilon zaanektowanej przez Niemcy Czechosłowacji otwarto dzięki wysiłkom i determinacji czeskich emigrantów. W momencie wybuchu wojny kilka państw wycofało swój udział, w tym Związek Radziecki. W obliczu wojny w Europie postanowiono przedłużyć wystawę, kontynuując ją jeszcze w 1940 r. W Pawilonie Polskim na bieżąco informowano o sytuacji w kraju, w tym celu zmieniono ekspozycję. Pojawiła się m.in. dokumentacja napaści Niemiec i Rosji na Polskę. Pawilon Polski zaczął cieszyć się coraz większym zainteresowaniem, urastając do symbolu. Stał się znakiem niezależnej tożsamości narodowej w świecie. 25 maja 1940 r.

⁵¹ Maria Romanowska-Zadrożna, *Światowa wystawa w Nowym Jorku w 1939 r.*, „Cenne, Bezcenne, Utracone”, nr 2 (59), 2009, s. 15-16.

⁵² Tamże, s. 18.

powiększając wystawę o Pałac Narodów, opuszczony przez Związek Radziecki, komisarz Ropp otworzył tam wystawę sztuki polskiej.

Wśród zakładów produkcyjnych w okresie międzywojennym wyjątkowy status zyskała Centralna Doświadczalna Stacja Jedwabnicza w Milanówku założona w 1924 roku z inicjatywy rodzeństwa Stanisławy i Henryka Witaczków, którzy zajmowali się upowszechnianiem wiedzy o jedwabnictwie, organizacją hodowli jedwabników oraz wdrożeniem produkcji jedwabiu wraz z jego wytwarzaniem⁵³. Było to możliwe dzięki finansowemu wsparciu rodziców oraz wiedzy jaką pozyskali w Gruzji, gdzie ich ojciec kierował hodowlą jedwabników w stacji doświadczalnej na Kaukazie. Początkowo trudno było im pozyskać rządowe wsparcie. Sytuacja odmieniła się jednak w 1925 roku⁵⁴:

W tym samym 1925 roku rodzeństwo jedzie do Liskowa na wystawę *Wieś polska*. Wśród stanowisk z maszynami rolniczymi, wydawnictwami ludowymi i trzodą, Witaczkowie robią to, co już mają przeciwicone – edukują na temat larw i jajeczek. Wygrywają złoty medal i o ich larwach zaczyna pisać prasa rolnicza. Dopiero wtedy interes zaczyna przynosić jakieś zyski. Dzieje się to etapami. Najpierw spływają listy z prośbą o sprzedaż morwy – w ciągu kilku lat wyjedzie z Milanówka ponad milion sadzonek; wrócą w postaci kokonów. Potem udoskonala się krosna. Stasia pracuje już nad samym materiałem, eksperymentuje z farbami i wzorami. Pierwsze jedwabie trafiają do sklepów. Odzywają się artyści, którzy chcieliby na nich malować. I kiedy jedwab milanowski jest już rozchwytywany w Warszawie jako towar luksusowy oraz wygrywa międzynarodowe konkursy tekstylne, ministerstwa, które odmawiały im pomocy, wreszcie podejmują inicjatywę.

Wyzwaniem stało się jednak rozwinięcie linii produkcyjnej do takiego poziomu, by możliwe było przetworzenie kokonów jedwabników z dwóch tysięcy hodowli, które pojawiły się w Polsce, oraz zakup nowoczesnych

⁵³ *Jedwab z Milanówka*, Milanówek Miasto-Ogród, online: <https://www.milanowek.pl/poznaj-milanowek/jedwab-z-milanowka> [dostęp: 30 czerwca 2024].

⁵⁴ Magdalena Idem, *Manekin w peniuarze. Moda w II RP*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2022, s. 168.

maszyn do preparowania materiału i farbowania⁵⁵. W pozyskaniu funduszy pomogło wprowadzenie „chusteczek szczęścia” – ręcznie malowanych kwadratowych skrawków materiału o wielkości nieco ponad dwadzieścia centymetrów⁵⁶:

Okazały się hitem, który nie dość, że zarobił na maszyny, to jeszcze przeprowadził ich przez kryzys gospodarczy. Nie były drogie, a przydawały się do marynarek albo jako apaszka. Sprzedaż rozkręciły zwłaszcza zamieszczane w prasie propozycje prezentowe na Boże Narodzenie. Wkrótce chusteczki kupowali uczniowie przed egzaminami i mężczyźni przed ślubem, dawało się je też w prezencie dzieciom na komunię. Nikomu nie przeszkadzało, że są robione z odpadków produkcyjnych.

Zakłady Rolniczo-Przemysłowe Romana i Karoliny Żurowskich „Leszczków” produkowały wełniane samodziały, które eksportowano głównie na Zachód. Najwięcej zamówień pochodziło z Paryża i Nowego Jorku. „Leszczkowskie wełny” w Polsce ze względu na wizerunkowe komplikacje nie mogły się przebić⁵⁷:

Dla uboższych ich zakład był przede wszystkim producentem porządnych, wartych swojej ceny materiałów obciowych. O kostiumach czy garniturach nawet nie marzyli. Dla bogatych z kolei leszczkowska wełna była niewystarczająco angielska, nawet jeśli nosili ją ambasadorowie i ich żony.

Niechęć elit do Leszczkowa wynikała również ze specyficznych stosunków pomiędzy właścicielami firmy i pracownikami. Żurowscy łączyli dwa światy: ziemiański dwór i chłopskie tkactwo. Połączenie to eksponowano w reklamach i materiałach prasowych. W jednym z wywiadów Karolina Żurowska przedstawiła pomysł zgodnie z którym chciałyby wybudować dla pracowników osiedle i korty tenisowe, co zostało uznane za zbyt przesadną działalność charytatywną⁵⁸. Historia Leszczkowa i milanowskich jedwabii

⁵⁵ Tamże, s. 168-169.

⁵⁶ Tamże, s. 170.

⁵⁷ Tamże, s. 179.

⁵⁸ Tamże, s. 181.

została opisana przez Magdalенę Idem w książce „Manekin w peniuarze. Moda w II RP” obok wielu innych zjawisk charakterystycznych dla polskiej mody tego okresu. Tytuł książki stanowi nawiązanie do popularnego w międzywojniu zjawiska wystawiania w witrynach manekinów ubranych w szlafroki zamiast w suknie, w obawie przed skopiowaniem wzorów przez krawcowe⁵⁹:

[...] niektórzy kupcy nie wystawiają gotowej do sprzedania sukni nawet w witrynie sklepu, obawiając się nocnych spacerów krawcowych plagiatorek. Zamiast tego umieszczają tam manekiny w peniuarach, wychodząc z założenia, że nikt nie będzie zainteresowany skopiowaniem szlafroka.

Czytając opracowanie autorki odnieść można wrażenie, że choć czasy odległe, dylematy modowych twórców w zakresie promocji, podobne są do tych współczesnych⁶⁰:

Tydzień Mody zgarnia brawa. Znowu ta sama śpiewka, zachwyty: piszą wszyscy, nie tylko koleżanki. Na widowni same szczy, nawet reporterzy z dzienników. Zofia czuje jednak niedosyt, bo nadal nic się nie dzieje. Liczyła na większy zapal artystek albo współpracę z jakimś producentem materiałów, produkcję serii ubrań, a nie tylko kolejne wydarzenie towarzyskie.

Perypetie Zofii Raczyńskiej-Arciszewskiej, założycielki warszawskiej kawiarni Sztuka i Moda, która w 1934 roku postanowiła zorganizować pierwszy polski Tydzień Mody przypominają problemy współczesnych polskich projektantów, których pokazy mają często wymiar bardziej towarzyski niż biznesowy⁶¹. Z kolei poniższy cytat jest dowodem na to, że nie tylko obecnie zmagamy się z takimi problemami jak wyparcie lokalnej produkcji przez tańsze produkty eksportowane z zagranicy, zmianę obyczajów czy nadprodukcję⁶²:

⁵⁹ Tamże, s. 32-34.

⁶⁰ Tamże, s. 97.

⁶¹ Michał Wójciak, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 193.

⁶² Magdalena Idem, *Manekin...*, dz. cyt., s. 35-37.

U schyłku lat dwudziestych kraj zalała konfekcja zagraniczna i tandetna odzież robiona z resztek. Upadały przez to pracownice krawieckie, problemy mieli szewcy, którzy nie potrafili poradzić sobie z konkurencją firm oferujących obuwie produkowane seryjnie, takich jak Bata, Del-Ka czy Salamander. Inni rzemieślnicy cierpieli z powodu zmiany obyczajów. Znikały chociażby pracownice rękawiczek, bo od mężczyzn nie wymagano już noszenia ich na dancinгах – wcześniej wkładali je, by przypadkiem nie dotknąć gołą dłonią talii partnerki. Z rękawiczek rezygnowali też kelnerzy. W odpowiedzi na ten kryzys rząd, zamiast zgodnie z planem obniżyć podatki, inwestował bezsensownie w nierokujące sektory. W efekcie w latach trzydziestych mamy na przykład nadprodukcję pończoch, choć przeciętnej Polki nie stać na więcej niż jedną parę na miesiąc. To nie Paryż, gdzie elity kupują już pierwsze nylony sprowadzane ze Stanów, a jedwabne pończochy traktują jak jednorazowe. W Polsce te jedwabne są luksusem, na nogi naciąga się raczej bawełniane, najczęściej białe, a podziurawione oddaje do naprawy. Skutkiem tej niekonsekwentnej polityki jest taki, że polska ulica nie nosi właściwie wysokogatunkowych polskich materiałów, jest zunifikowana przez najtańszą bawełnę.

Obecnie szybka moda stała się ultraszybka⁶³, a platformy takie jak Shein potrafią wprowadzić do obrotu nawet ponad siedem tysięcy produktów dziennie⁶⁴, które zalewają lokalne rynki. Na poziomie poszczególnych państw oraz Unii Europejskiej szuka się rozwiązań prawnych, które mają ograniczyć rozwój tego sektora. Jak się okazuje najczęściej nowych ubrań kupują obywatele i obywatelki Irlandii⁶⁵. W zakresie zmiany obyczajów dobrym współczesnym przykładem są przemiany w zakresie męskiej mody. Gwiazdy takie jak Harry Styles, Troy Sivan, Lil Nas X, czy Timothée Chalamet chętnie eksperymentują ze stylem wykorzystując elementy powszechnie nawiązujące do damskiej garderoby, stereotypy dotyczące męskiej garderoby (m.in. Palomo Spain,

⁶³ Michał Wójciak, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 162.

⁶⁴ Lisa Louis, *Francja. Fast fashion będzie musiała przyhamować*, Deutsche Welle, 9 kwietnia 2024, online: <https://www.dw.com/pl/francja-fast-fashion-b%C4%99dzie-musia%C5%82a-przyhamowa%C4%87/a-68777143> [dostęp: 3 lipca 2024].

⁶⁵ Izabela Popko, *Kraj, który się uzależnił od fast fashion. Kupują 2 razy więcej niż średnia w UE*, Rzeczpospolita, 14 maja 2024, online: <https://sukces.rp.pl/moda/art40341271-kraj-ktory-sie-uzaleznil-od-fast-fashion-kupuja-2-razy-wiecej-niz-srednia-w-ue> [dostęp: 3 lipca 2024].

Ludovic de Saint Sernin, Louis Vuitton)⁶⁶. Wracając jednak do przeszłości, w kolejnym rozdziale przedstawiono najważniejsze zagadnienia dotyczące mody w okresie PRL z uwzględnieniem przemian społeczno-gospodarczych.

⁶⁶ Christian Allaire, *How Men's Fashion Changed for the Better This Year*, Vogue, 30 grudnia 2021, online: <https://www.vogue.com/article/mens-fashion-recap-red-carpet-style> [dostęp: 3 lipca 2024].

3. Moda w PRL na tle społeczno-gospodarczym

Po zakończeniu II wojny światowej zatriumfowała demokracja oraz wzrósł poziom życia. W cywilną codzienność wkroczyły rezultaty prowadzonych w poprzednich latach badań i poszukiwań związanych z działaniami wojennymi⁶⁷:

Rozwój technologii spowodowany wojną teraz wywierał wpływ na życie cywilne. Telewizja, odrzutowce, nowe tworzywa syntetyczne i nowe opływowe kształty przedmiotów – od samochodów po meble – to rezultaty prowadzonych w okresie wojny poszukiwań, którym przyświecały cele militarne. Pełne zatrudnienie w fabrykach i gospodarstwach rolnych oznaczało większą ilość towarów, więcej żywności i więcej ludzi, których było na nie stać. System sprzedaży, w którym rzecz wynajęta po uiszczeniu pewnej części wpłat staje się własnością wynajmującego, otworzył po raz pierwszy przeciętnym ludziom możliwość kupowania na raty. Zachęcał do tego przemysł, który reklamy swoich wyrobów kierował teraz do nowej bogini świata konsumpcji – nowoczesnej gospodni domowej.

W latach pięćdziesiątych XX wieku nastąpił powrót do tradycyjnych podziałów pomiędzy płciami – kobiety miały być opiekunkami ogniska domowego, a mężczyźni zarabiać by utrzymać dom i rodzinę. W tej dekadzie pojawił się również nowy typ konsumenta – nastolatka. Młode osoby szybko zdobyły ważną pozycję na rynku i zaczęły wywierać wpływ na producentów⁶⁸. Tendencje te były mocno widoczne w kolejnej dekadzie, lata sześćdziesiąte XX wieku uchodzą bowiem za dekadę młodości. Młodzi ludzie (dwudziestoparolatki, którzy w latach pięćdziesiątych XX wieku byli nastolatkami) wpływali nie tylko na gospodarkę, ich działania wiązały się z szeroko rozumianymi przemianami społeczno-politycznymi⁶⁹:

Była to epoka marszów protestacyjnych i akcji bezpośredniej, od marszów przeciwko zbrojeniom atomowym w końcu lat 50. i na początku lat 60., po wystąpienia w obronie amerykańskich chłopców uchylających się od poboru i międzynarodowe protesty przeciwko wojnie

⁶⁷ Kate Mulvey, Melissa Richards, *Kanony Piękna...*, dz. cyt., s. 118.

⁶⁸ Tamże, s. 118.

⁶⁹ Tamże, s. 136.

w Wietnamie. Ich uczestnikom wydawało się, że można zmienić postawy ludzkie (a nawet politykę państw), ponieważ ludzie wierzą w te same ideały. Amerykański Ruch na Rzecz Praw Człowieka deklarował działania pokojowe, bez użycia siły i dzięki godnej postawie zyskiwał sobie sympatię. W późniejszych latach podczas studenckich zamieszek w 1968 roku zmienił postawę na bardziej gwałtowną, konfrontacyjną; dla wielu był to okres przełomowy. Co najważniejsze, liberalne (i wyzwolone) postawy i opinie były coraz powszechniej akceptowane przez środki masowego przekazu i uważane za normalne, kobiety zaś uczestniczyły w tym równie aktywnie jak mężczyźni.

Rewolucja lat sześćdziesiątych XX wieku znajdowała swoje odbicie w muzyce, sztuce, modzie i mediach. To również dekada, w której po raz pierwszy w XX wieku otwarcie zaczęto mówić o sprawach związanych z seksem. Przestał on stanowić temat tabu⁷⁰. W zakresie mody nastąpiła zaś pełna demokratyzacja, która wpłynęła na jakość oferowanej odzieży⁷¹:

Coraz więcej osób ze wszystkich grup społecznych ubierało się modnie, modny ubiór bowiem przestał uchodzić za towar luksusowy; mógł być coraz taniej produkowany, rozsyłany i sprzedawany, zwłaszcza dzięki sukcesywnie zacieśniającym się kontaktom handlowym z krajami o taniej sile roboczej. Ubranie nie było już solidnym ubiorem kupowanym z myślą o co najmniej kilku sezonach. Stało się ono jednodniowym towarem oferowanym przez domy towarowe – kupowanym bez namysłu, używanym, równie szybko wyrzucanym i zastępowanym czymś nowym. Analogicznie zła była często jakość tego typu odzieży.

Z kolei lata siedemdziesiąte XX wieku określa się mianem dziesięciolecia dekadencji – królował glam rock, buty na platformach, spodnie dzwony i muzyka disco. Symbolem stylu tej dekady stał się film z Johnem Travoltą w roli głównej „Gorączka sobotniej nocy” (reż. John Badham, USA, 1977 rok). Nie brakowało jednak tendencji antysystemowych, których wyrazem stały się narodziny ruchu punk⁷². Lata osiemdziesiąte XX wieku uznaje się za okresu gospodarczego boomu w którym najważniejsza stała się gospodarka wolnorynkowa oraz doktryna leseferyzmu. Politycznie okres ten określany jest

⁷⁰ Tamże, s. 136-137.

⁷¹ Gertrud Lehnert, *Historia mody...*, dz. cyt. s. 61.

⁷² Kate Mulvey, Melissa Richards, *Kanony Piękna...*, dz. cyt., s. 154-155.

mianem dekady Margaret Thatcher oraz Ronalda Reagana. To również czas walki z epidemią AIDS, upadku muru berlińskiego oraz zwrócenia uwagi na zagrożenia środowiska naturalnego⁷³. W tabeli 2 przedstawiono najważniejsze przemiany w światowej modzie w latach 1946-1989 z podziałem na cztery okresy:

- 1946–1959 – Poryw *new looku*;
- 1960–1969 – Rewolucje w modzie;
- 1970–1979 – Flower Power;
- 1980–1989 – Ubranie i sukces.

Tabela 2. Przemiany w światowej modzie w latach 1946-1989

Okres	Charakterystyka
1946–1959 Poryw <i>new looku</i>	<p>W marcu 1945 roku w Paryżu otwarto wystawę „Théâtre de la Mode”, której celem było pokazanie oferty francuskich domów mody w miniaturowej skali (wykorzystano 60-centymetrowe lalki z drutu), rok później wystawa w nowej odsłonie została pokazana w Nowym Jorku i San Francisco; W 1947 roku Christian Dior zaprezentował debiutancką kolekcję, która została określona mianem <i>new look</i> – sylwetki zaproponowane przez projektanta stały w opozycji do mody z czasów wojny i na nowo podkreślały kobiecość m.in. poprzez odniesienia do XIX wieku; Wyznacznikiem stylu stały się dodatki: rękawiczki, kapelusz oraz buty i torebka dopasowane do charakteru stylizacji; W modzie na co dzień królowały wąskie i długie do pół tydki spódnice, dopasowane w talii marynarki i zakłady, dzianinowe bliźniaki (ang. <i>twinsset</i>), sukienki ołówkowe (ewentualnie szerokie i zwiewne); Popularność zyskały zakładane pod spódnice sztywne halki (ang. <i>petticoat</i>), spodnie typu rybaczki, sukienki o kroju <i>babydoll</i>, czy wprowadzone pod koniec lat czterdziestych bikini; W męskiej garderobie królowały garnitury w stonowanych kolorach, łączone z białymi koszulami i wąskimi krawatami; Przebojem stały się koszule niewymagające prasowania (ang. <i>non-iron</i>); Wśród projektantów swoją pozycję wypracowali: Pierre Balmain, Jacques Fath, Hubert de Givenchy, Jacques Griffe, Jean Dessès; Na lata pięćdziesiąte XX wieku przypada szczyt twórczości Cristobala Balenciagi; Dominującą siłą stała się kultura młodzieżowa: egzystencjalizm we Francji (Jean Paul Sartre,</p>

⁷³ Tamże, s. 172-173.

	<p>Simone de Beauvoir, Albert Camus), rock and roll w Stanach Zjednoczonych (Elvis Presley, Little Richard, Jerry Lee Lewis, Chuck Berry); Młodzieżową filozofię dekady wyrażał James Dean w filmie „Buntownik bez powodu”; Gwiazdami kina stały się m.in. Marilyn Monroe, Sophia Loren, Brigitte Bardot; W 1959 wprowadzono lalkę Barbie; Ucieleśnieniem amerykańskiego stylu życia stały się jeansy; W Londynie pojawiła się subkultura <i>teddy boys</i> –osób kopiujących styl edwardiański, (jednorzędowe marynarki, wąskie spodnie, wykrochmalona koszula, kamizelka, wąski krawat, buty na grubych podszwach, fryzura „kaczy kuper”).</p>
<p>1960–1969 Rewolucje w modzie</p>	<p>Kult młodości ogarnął wszystkie dziedziny życia; Pojawiły się nowe linie sylwetek: balonu, linia A, linia beczki, linia Y oraz bardzo modna w latach sześćdziesiątych XX wieku linia trapezu wylansowana przez Yves’a Saint Laurenta; Nastąpiło zatarcie granic między płciami, mężczyźni nosili długie włosy i obcisłe ubrania, a kobiety hołdowały pozornie bezpłciowemu ideałowi urody; Na początku dekady modne były wysoko tapirowane fryzury, które z czasem ustąpiły miejsca gładkim, geometrycznym uczesaniom; Vidal Sassoon wypromował fryzurę z angielskiego określaną mianem <i>five point cut</i>; Członkowie The Beatles rozpowszechnili fryzurę na grzybka – dłuższe włosy z grzywką zaczesaną do przodu; Pojawiły się nowe trendy w makijażu: kolorowe cienie do powiek i sztuczne rzęsy; W modzie męskiej popularność zyskały dopasowane fasony, chętnie noszono trencze przewiązywane paskiem oraz bezrękawniki w połączeniu z koszulą; Pojawił się ruch hipisowski, a rozruchy studenckie przetoczyły się pod koniec dekady przez Stany Zjednoczone i Europę, docierając do Japonii; Hipisowski styl ubierania szybko przedostał się do głównego nurtu, masowo produkowano m.in. długie spódnice, koronkowe bluzki, zwiewne szale; Rosło znaczenie telewizji, m.in. angielski serial „Rewolwer i melonik” i postać Emmy Peel przyczyniła się do popularyzacji mody inspirowanej fetysyzmem; Status gwiazd filmowych zyskały Jeanne Moreau i Catherine Deneuve; Obok Twiggy (pierwszej topmodelki) sławę zyskały również takie modelki jak Jean Shrimpton czy Verushka, która zagrała w „Powiększeniu” Michelaangelo Antonioniego, filmie o fotografii mody, inspirowanym autentyczną postacią Davida Bailey’a; Trendy zaczęły wyznaczać również inne osobistości życia publicznego, m.in. Jacqueline Kennedy, której charakterystyczny styl chętnie odwzorowywano; Festiwal w Woodstock z 1969 roku stał się legendą, podobnie jak gwiazdy, które się na nim pojawiły: Bob Dylan, Arlo Guthrie, Joan Baez, The Who, Carlos Santana, Janis Joplin, Jimie Hendrix; W siłę rosły domy towarowe i masowo projektowana odzież; Pojawiły się domy wysyłkowe oferujące wyłącznie modę młodzieżową; Źródłem modnych trendów stała się Anglia, status kultowej zyskała londyńska ulica Carnaby Street, gdzie można było</p>

	<p>kupić modną odzież, przy tej ulicy powstał butik z męskimi ubraniami założony przez Johna Stephena; Brytyjska moda zyskała status awangardowej – tworzyli ją m.in. Mary Quant, Barbara Hulanicki (Biba), Ossie Clark czy Laura Ashley; W sztuce triumfowały kierunki takie jak op-art oraz pop-art; Ważną siłą kulturotwórczą stała się muzyka rockowa oraz big-beat; Pojawiła się moda futurystyczna – styl ten reprezentowali André Courrèges, Paco Rabanne i Pierre Cardin; Powszechnie zaczęto wykorzystywać transparentne tkaniny.</p>
<p>1970–1979 Flower Power</p>	<p>Lata siedemdziesiąte XX wieku uznaje się za silnie upolitycznione ze względu na kontestacyjne postawy młodszych generacji; Pierwsze kroki w branży w tym czasie stawiali: Thierry Mugler, Kenzō Takada, Issey Miyake, Vivienne Westwood, Ralph Lauren; Pod własnym nazwiskiem zaczął działać Giorgio Armani; Popularność zyskał Jean Charles de Castelbajac; Wśród projektantek duże znaczenie zyskała Jean Muir oraz Zandra Rhodes; Modne stało się szydełkowanie, robienie na drutach oraz tworzenie patchworków; Popularnością cieszyły się elementy nostalgiczne nawiązujące do mody XIX wieku i początku XX oraz etniczne, szczególnie indyjskie; W zakresie sylwetki nie pojawiły się żadne nowe tendencje, kontynuowano wykorzystywanie rozwiązań z lat sześćdziesiątych, przy czym styl stał się bardziej niedbały i nonszalancki oraz mocno inspirowany modą czasu wolnego; Kobiety najchętniej nosiły spódnice i sukienki (szczególnie w typie szmizjerki); Pojawiła się długość midi – chętnie zestawiano spódnice tej długości z płaszczami maxi; Do najpopularniejszych form górnej części garderoby wśród kobiet należały: bluzki koszulowe, bluzki polo, t-shirty oraz romantyczne bluzki w babcinym stylu; Damskie stylizacje uzupełniano drewniakami oraz tzw. afgańskimi kurtkami i płaszczami; W tej dekadzie przyjęły się spodniomy dla kobiet; Popularne były damskie garnitury w wersji dziennej lub wieczorowej; Najpopularniejszym fasonem spodni stały się dzwony; Jeans jako tkanina upowszechnił się tak bardzo, że produkowano z niego wszystkie części garderoby – od butów przez czapki z daszkiem po torby na ramię; Przebojem stały się krótkie szorty, z angielskiego określane mianem <i>hot pants</i>; Jaskrawe kolory lat sześćdziesiątych ustąpiły miejsca ciemnym i przytłumionym kolorom taki jak: brąz, pomarańcz, zieleń, obojętny; W połowie dekady bardzo modne stały się wszystkie odcienie koloru lila; Pojawiła się również tendencja noszenia ubrań i dodatków „ton w ton” – w tych samych kolorach lub odcieniach; Prym wiodły duże okulary, często zakrywające połowę twarzy; Zarówno kobiety jak i mężczyźni chętnie nosili długie włosy; Pojawił się nowy ideał urody – w modelingu dziecięca uroda Twiggy została wyparta przez naturalniejszy typ reprezentowany przez Lauren Hutton; Obowiązkowym dodatkiem dla obu płci stały się długie szale, często</p>

	<p>z frędzlami; Spośród biżuterii najchętniej noszono tę inspirowaną sztuką Indii; W połowie dekady pojawił się punk rock, który w kolejnej dekadzie przeniknął do głównego nurtu.</p>
<p>1980–1989 Ubranie i sukces</p>	<p>Dążenie do autentyczności i naturalności zostało wyparte przez kult sukcesu; Moda zyskała wymiar postmodernistyczny – twórcy mody chętnie sięgali po inspiracje historyczne, łącząc elementy z różnych epok; Komercyjny sukces odniosły filmy kostiumowe bazujące na motywach z XVIII wieku: „Amadeusz” Miloša Formana o Mozarcie oraz ekranizacja powieści „Niebezpieczne związki”; Ucieleśnieniem kobiecego ideału oraz wartości charakterystycznych dla lat osiemdziesiątych XX wieku stała się wysportowana i świadomowa swojej seksualności Madonna; Na przeciwległym biegunie znalazła się płciowa dwuznaczność męskich gwiazd muzyki pop – Boy George, Prince, Michael Jackson chętnie eksperymentowali z wizerunkiem; Wybuchła moda na utrzymanie sprawności fizycznej (chętnie uprawiano aerobic oraz bodybuilding), a wraz z nią popularność odzieży sportowej; Buty sportowe zaczęto nosić również w czasie wolnym m.in. w połączeniu z jeansami; Pojawił się wizerunek kobiety sukcesu (ang. <i>power woman</i>), ubranej tak, by ten sukces osiągnąć (ang. <i>dress for success</i>) – żakiet z szerokimi ramionami, wąska spódnica do kolan, ewentualnie spodnie z zakładkami; Na ten wizerunek wpłynęły amerykańskie seriale „Dallas” oraz „Dynastia”; Moda męska pozostawała pod wpływem charakterystycznych stylizacji głównych bohaterów „Policjantów z Miami” – garniturów w zestawieniu z koszulą i krawatem lub t-shirtem w pastelowych kolorach; Rozwijała się kultura disco zapoczątkowana dekadę wcześniej; Obok subkultury punków pojawiła się subkultura poppersów, hołdująca konsumpcji i snobizmowi; Wyznacznikiem stała się amerykańska moda, która idealnie odpowiadała duchowi czasu tej dekady, opartemu na trzech elementach, jakimi były: sprawność fizyczna, sukces i dążenie do celu – tym wartościom hołdowały takie marki jak Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren; Swoją pozycję na światowym rynku mody ugruntowali projektanci z Japonii: Kenzō Takada, Yohji Yamamoto, Issey Miyake oraz projektantka Rei Kawakubo z marką Comme des Garçons; Haute couture ostatecznie straciło swoje decydujące znaczenie w rozwijaniu nowych linii, sylwetek, kolorów i form; Swoją styl w latach osiemdziesiątych wypracowali również: Christian Lacroix, Thierry Mugler, Jean Paul Gaultier, Gianni Versace czy Karl Lagerfeld, który oświeżył wizerunku domu mody Chanel.</p>

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gertrud Lehnert, *Historia mody XX wieku*, Könemann, Kolonia 2001, s. 42-97.

Okres trwania Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej datuje się na lata 1944-1989. Nazwa ta pojawiła się wraz z konstytucją z 1952 roku. Używana jest jednak w odniesieniu do całego okresu sprawowania rządów w Polsce przez komunistyczne władze⁷⁴. Początek ładu politycznego tego okresu sięga 22 lipca 1944 roku, czyli utworzenia w Lublinie pod nadzorem ZSRR Polskiego Komitetu Wyzwolenia Narodowego – pierwszego powojennego rządu⁷⁵. Do 1948 roku komuniści podporządkowali i pokonali swoich przeciwników, formując 15 grudnia 1948 roku Polską Zjednoczoną Partię Robotniczą (PZPR), która rządziła Polską przez kolejne cztery dekady⁷⁶.

Historię PRL można podzielić na następujące okresy⁷⁷:

- Lata 1944–1948 – względny pluralizm;
- Polski stalinizm;
- Przełom października '56 i rządy Gomułki;
- Dekada Gierka;
- Karnawał Solidarności;
- Od stanu wojennego do wyborów 1989 roku.

W okresie stalinowskim w latach 1948-1956 doszło do sowietyzacji życia politycznego i społecznego. Władzę sprawował wówczas Bolesław Bierut, a rząd na mocy konstytucji z 22 lipca 1952 roku przyjął oficjalnie nazwę Polska Rzeczpospolita Ludowa⁷⁸. Po śmierci Józefa Stalina 5 marca 1953 roku zarówno w Polsce, jak również Czechosłowacji i NRD doszło do protestów,

⁷⁴ Jerzy Eisler, *Co nam zostało z tamtych lat. Dziedzictwo PRL*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016, s. 436.

⁷⁵ Norman Davies, *Boże Igrzysko...*, s. 1012.

⁷⁶ Brian Porter-Szűcs, *Całkiem zwyczajny kraj. Historia Polski bez martyrologii*. Wydawnictwo Filtry, Warszawa 2021, s. 356.

⁷⁷ Paweł Dybicz, *PRL to Polska*, [w:] Paweł Dybicz (red.), *Polska Ludowa. Historia Państwa Rzeczywistego*, Fundacja Oratio Recta na zlecenie FADH PRL, Warszawa 2019, s. 8.

⁷⁸ Ryszard Kaczmarek, *Historia Polski. 1914-1989*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 570-620.

które miały na celu wyrażenie otwartej krytyki wobec metod stosowanych przez radzieckiego dyktatora. Po śmierci Bolesława Bieruta w lutym 1956 roku pierwszym sekretarzem KC PZPR został Edward Ochab. Polska władza brutalnie stłumiła protesty robotników i obywateli, które wybuchły końcem czerwca 1956 roku w Poznaniu. W październiku 1956 roku władzę przejął Władysław Gomułka, zwolennik narodowego komunizmu. Ze względu na liberalizację systemu okres ten określany jest mianem odwilży⁷⁹.

Choć jedną z ambicji komunistycznych władz było tworzenie bezklasowego społeczeństwa, w rzeczywistości były to tylko pozory. Wyżsi urzędnicy rządowi, partyjni oficjele, osoby na stanowiskach kierowniczych zatrudnieni w przemyśle cieszyli się wieloma przywilejami. Dla PRL charakterystyczne były zjawiska jak: przyspieszona urbanizacja, niskie płace, brak bezrobocia (praca była przymusowa) oraz skromny poziom życia większej części społeczeństwa⁸⁰. Mimo to władza co rusz starała się przekonać obywateli i obywatelki, że luksus jest na wyciągnięcie ręki, o czym ironicznie napisała Krystyna Gucewicz w książce „Wakacje gwiazd w PRL. Cały ten szpan”⁸¹:

W zgrzebnej Polsce Ludowej o luksusie mówiło się i pisało co najmniej raz na dobę. A to że cytrusy, czyli pomarańcze i cytryny, już płyną do nas przez morza i oceany, bo właśnie zbliżają się święta. Cytrusy rarytasy zjawiały się w naszym kraju tylko przed gwiazdką, czyli raz do roku, słownie: raz. A to, że otwarto sieć luksusowych sklepów odzieżowych, z czego jeden w Warszawie niedaleko placu Zbawiciela – rzeczywiście kusił tam szyld Gallux. Biżuterię też mieliśmy na zawołanie i dla każdego – po brylanty, turkusy, perły made in Czechoslovakia ustawiały się kolejki pod sklepem Jablonex na ulicy Żurawiej, obok baru Zdrówko. Diamenty i naleśniki były w podobnej, niewielkiej cenie, i na tym polegała równość klasowa, demokracja socjalistyczna oraz dobrodziejstwo systemu.

⁷⁹ Brian Porter-Szűcs, *Całkiem zwyczajny kraj...*, s. 389-421.

⁸⁰ Norman Davies, *Boże Igrzysko...*, s. 1056-1065.

⁸¹ Krystyna Gucewicz, *Wakacje gwiazd w PRL. Cały ten szpan*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2021, s. 328.

Decyzje gospodarcze rządu ściśle odzwierciedlały aspiracje polityczne władz. W latach 1945-1948 rozpoczęto proces przejmowania majątków ziemskich, prywatnych zakładów i przedsiębiorstw celem ich upaństwowienia. Nadrzędnym dążeniem było przekształcenie gospodarki wolnorynkowej w planowaną, centralnie sterowaną przez władze państwowe. Plan trzyletni na lata 1947-1949 miał na celu utrwalenie ustroju poprzez przebudowę struktury społeczno-gospodarczej kraju. W kwietniu 1947 roku rozpoczęto „bitwę o handel” – program polegający na eliminacji prywatnego handlu⁸². W grudniu 1948 roku przedstawiono Plan Sześcioletni na lata 1950-1955, oparty na procesie industrializacji z naciskiem na rozwój przemysłu ciężkiego, którego ikoniczną inwestycją była krakowska Nowa Huta – wzorcowe komunistyczne miasto z największym w Polsce zakładem metalurgicznym. Po śmierci Józefa Stalina w drugiej połowie 1953 roku cele gospodarcze zaczęły się zmieniać. Wzorując się na ZSRR, zaczęto przywiązywać większą wagę do produkcji dóbr konsumpcyjnych. Miało to doprowadzić do uspokojenia nastrojów społecznych związanych z pogarszającą się sytuacją gospodarczą⁸³. W kolejnych latach zgodnie z wytycznymi z okresu stalinowskiego, wprowadzano plany pięcioletnie: 1956-60, 1961-65, 1966-70, 1971-75, 1976-80 obejmujące wszystkie obszary działalności gospodarczej⁸⁴.

Trzy z pięciu planów pięcioletnich wprowadzono za rządów Władysława Gomułki. W drugiej połowie lat pięćdziesiątych XX wieku kładziono większy nacisk na potrzeby społeczeństwa, przewidywano m.in. wzrost płac na poziomie 36% oraz wydatków w branżach dóbr konsumpcyjnych. Zwrot ten był jednak krótkotrwały i już w październiku 1958 roku ogłoszono powtórny industrializację. Powszechne niezadowolenie społeczne wywołały podwyżki

⁸² Adam Dziurok, Marek Gałęzowski, Łukasz Kamiński, Filip Musiał, *Od niepodległości do niepodległości. Historia Polski 1918-1989*, Instytut Pamięci Narodowej, Warszawa 2014, s. 241-243.

⁸³ Tamże, s. 284-286.

⁸⁴ Norman Davies, *Boże Igrzysko...*, s. 1053.

cen w latach sześćdziesiątych XX wieku. Mówiono o gospodarce permanentnych niedoborów. Władze powtarzały hasła o rozwoju gospodarczym i nie przyznawały się do popełnianych błędów. Dalsze podwyżki cen w 1970 roku doprowadziły do zmiany rządu⁸⁵.

W książce „Tysiąc lat ubiorów w Polsce” Anna Sieradzka datuje historię mody w PRL od 1945 do 1989 roku, czyli od zakończenia II wojny światowej do momentu przełomu i upadku systemu komunistycznego, wyznaczając następujące okresy⁸⁶:

- 1945–1956 – Socjalistyczna unifikacja;
- 1956–1970 – Mała stabilizacja;
- 1970–1980 – Powiewnie i kolorowo;
- 1980–1989 – W kartkowych butach, z opornikiem w klapie.

W publikacjach dotyczących mody PRL bardzo często przywoływany jest obraz Wojciecha Fangora z 1950 roku „Postaci”⁸⁷, na którym robotnicza para, on i ona przyglądają się ubranej na zachodnią modłę kobiecie przedstawionej na tle ruin (zwiewna sukienka z dekoltem, podkreśloną talią i rozkloszowanym dołem, okulary przeciwsłoneczne, naszyjnik, torebka, całość dopełnia starannie wykonany makijaż, ułożone włosy i pomalowane na czerwono paznokcie), którą uznać można za wcielenie zachodniego kapitalizmu. Oni zaś to budowniczości socjalistycznego dobrobytu, dzierżący w dłoniach narzędzia pracy. Za nimi w tle widać świeżo wybudowany kilkupiętrowy budynek⁸⁸. Moda w czasach PRL miała wymiar ambiwalentny. Traktowano ją jako siłę jednoznacznie wrogą, co nie przeszkadzało w tworzeniu mody

⁸⁵ Adam Dziurok, Marek Gałęzowski, Łukasz Kamiński, Filip Musiał, *Od niepodległości...*, dz. cyt., s. 348-355.

⁸⁶ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 207-211.

⁸⁷ Tamże, s. 286-287.

⁸⁸ Karol Sienkiewicz, *Wojciech Fangor, „Postaci”*, Culture.pl, styczeń 2012 online: <https://culture.pl/pl/dzielo/wojciech-fangor-postaci> [dostęp: 31 lipca 2024].

socjalistycznej, która miała być swoistą alternatywą dla mody kapitalistycznej (działo się to w oparciu o zachodnie tendencje, co ujawnia paradoksalny charakter zjawiska)⁸⁹.

W etiudzie filmowej z 1952 roku „Moda na codzien” [sic!] w reżyserii Heleny Opoczyńskiej dostępnej na stronie Archiwum Szkoły Filmowej w Łodzi zachodnie tendencje w zakresie damskiego ubioru zostały poddane jednoznacznej krytyce⁹⁰. Na pierwszy ogień wybrano wizytową sukienkę z dekoltem i rozkloszowanymi rękawami, która zdaniem narratorki zdecydowanie nie nadaje się jako strój do pracy w urzędzie. Zamiast tego zaproponowano prosty model zapinany z przodu na guziki z krótkim rękawem i kołnierzykiem. Potępione zostały również buty na wysokim obcasie, wąskie spódnice, ręcznie robione wzorzyste swetry, ekstrawaganckie nakrycia głowy, watowane poduszki, podkreślające linię ramion (linia charakterystyczna dla mody lat czterdziestych XX wieku), noszenie sukienek nieodpowiednich do wieku i figury. Za dopuszczalne uznano buty na niskim lub płaskim obcasie, gładkie swetry, jak również komplety typu bliźniak, proste nakrycia głowy chroniące przed zimnem i wiatrem lub słońcem, chusty wiązane na głowie lub noszone w formie czapeczki. Zachęcano również do zachowania klasycznej linii ramion oraz odpowiedniego doboru ubrania do wieku i figury. Film o wyraźnym charakterze instruktażowym został zrealizowany przy współpracy: Centrali Przemysłu Ludowego i Artystycznego, Centralnego Laboratorium Przemysłu Odzieżowego oraz Instytutu Wzornictwa Przemysłowego. W końcowych ujęciach przedstawiono szereg codziennych stylizacji zgodnych z socjalistyczną ideologią, tak by żadna kobieta nie miała wątpliwości, co warto nosić, a narratorka podsumowała:

⁸⁹ Michał Wójciak, *Metafory mody...*, s. 178-179.

⁹⁰ *Moda na co dzień* (reż. Helena Opoczyńska, 1952 rok), Archiwum Szkoły Filmowej w Łodzi, online: https://etiudy.filmschool.lodz.pl/material/Moda_na_codzien# [dostęp: 1 sierpnia 2024].

Prezentowane modele odzieży nadają się zarówno do codziennej pracy, jak i wypoczynku oraz rozrywki. Są dowodem na to, że każda pracująca kobieta może dziś zrealizować prawdziwie socjalistycznie pojęte hasło „piękna na co dzień”.

Film stanowił również pochwałę centralnie planowanej gospodarki, w ramach której zakładano produkcję odzieży praktycznej, gustownej i niedrogiej, która miała być powszechnie dostępna. W rzeczywistości jednak bardzo trudno w sklepach było dostać modny produkt. Tymczasem powojenne społeczeństwo było spragnione normalności⁹¹:

Trudno wprost dzisiaj opisać niebywałą mizериę codziennego ubioru Polek i Polaków w latach powojennych. Płaszcz, buty, suknie, garnitury, kostiumy, czapki – wszystko nicowane, zelowane, przerabiane, sztukowane, cerowane, w opłakanym stanie. Z jednej strony, indywidualne i zbiorowe pragnienie, by po latach okupacji wreszcie wyglądać po ludzku, normalnie, z drugiej – nędza handlu detalicznego i centralnie zarządzana kłęska gospodarcza przemysłu lekkiego, który realizował wzięte z sufitu plany i wyrabiał normy, produkując rzeczy na półkę i na wieszak, nie do noszenia. Produkcja w realnym socjalizmie była bez porównania ważniejsza od konsumpcji.

Problem ten właściwie dotyczył całego okresu PRL, o czym wspomina dziennikarka Aleksandra Boćkowska w książce poświęconej modzie tego okresu „To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL”⁹²:

W latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych przez prasę co jakiś czas przetaczały się dyskusje, jak to możliwe, że jest tyle wspaniałych projektów, tylu zdolnych artystów, a w sklepach tyle brzydactwa. Można by pomyśleć: wiadomo, dziennikarze zawsze szukają dziury w całym, a jednak wysłuchawszy dziesiątek wspomnień o modnych ciuchach, trafiłam zaledwie na kilka mówiących o czymś po prostu kupionym w sklepie.

Z kolei w latach osiemdziesiątych XX wieku sytuacja pogorszyła się wraz z wprowadzeniem stanu wojennego⁹³:

⁹¹ Marek Hendrykowski, *Socrealizm i moda*, [w:] Marek Hendrykowski, *Socrealizm po polsku. Studia i szkice*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2015, s. 110.

⁹² Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015, s. 87.

⁹³ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, s. 229.

Rzeczywistość polskiej mody gwałtownie przerwały dramatyczne wydarzenia polityczne. „Ojczyzna nasza znalazła się nad przepaścią”, usłyszeli Polacy z telewizorów i głośników radia 13 grudnia 1981 roku. Czołgi, wszechobecne mundury, godzina policyjna miały być od teraz teraźniejszością. Przemysł mody nagle zahamował; ceny odzieży poszybowały w górę, a w sklepach państwowych praktycznie przestała się ona pojawiać. Brakowało również tkanin, bo zakłady produkcyjne podporządkowane były w pierwszej kolejności potrzebom wojska, a sprowadzanie materiałów z zagranicy było niemożliwe. Cieszące się uznaniem polskie domy mody nie mogły liczyć na żadne ustępstwa. Przez pierwsze miesiące stanu wojennego wstrzymano pokazy, a gdy już na nie zezwolono, nie było czego prezentować. [...] Równie dramatycznie przedstawiała się sytuacja przemysłu obuwniczego. Jeszcze na długo przed stanem wojennym powszechnie skarżono się na koszmarną jakość butów. [...] W stanie wojennym ten problem niezbyt dawał się we znaki, bo obuwia po prostu nie było. [...] Naturalnym rozwiązaniem wydawałoby się zwrócenie do prywatnych szewców, ale podobne pomysły na nic się zdawały, bo szewcy nie mieli z czego butów robić.

Strukturę zależności instytucji odpowiedzialnych za produkcję ubrań w czasach PRL uznać należy za wysoce skomplikowaną. Na samym szczycie znajdowało się Ministerstwo Przemysłu Lekkiego z podległym Zjednoczeniem Przemysłu Odzieżowego, któremu podlegało Centralne Laboratorium Przemysłu Odzieżowego oraz Zakłady Przemysłu Odzieżowego – ponad pięćdziesiąt placówek w całej Polsce, m.in. ZPO „Cora” Warszawa, ZPO „Bobo” Warszawa, ZPO „Dana” Szczecin, ZPO „Warmia” Olsztyn. Telimena i Moda Polska miały status jednostek wydzielonych. Poza tym funkcjonowały również zależne od ministerstwa, ale niezależne od Zjednoczenia, Instytut Wzornictwa Przemysłowego oraz Centralne Biuro Wzornictwa Przemysłu Lekkiego⁹⁴.

Ze względu na przedwojenne tradycje włókiennicze sercem modowego przemysłu stała się Łódź⁹⁵:

⁹⁴ Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy...*, dz. cyt., s. 87.

⁹⁵ Marzena Wiśniak, Magdalena Gonera (red.), *Miasto – Moda – Maszyna. Katalog wystawy stałej*, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, Łódź 2023, s. 62.

Po 1945 roku państwo przejęło wszystkie większe przedsiębiorstwa. Gospodarka była centralnie sterowana – rząd planował, co i gdzie będzie produkowane. Łodzi przypadło zadanie „ubierania kraju”. Powodem tej decyzji były przedwojenne tradycje włókiennicze miasta.

Przemysł odzieżowy budowano jednak od podstaw, bo przed wojną garderobę szyło się głównie na miarę. Po wojnie brakowało tkanin, sprawnego parku maszynowego i fachowców. W efekcie ubrania były trudno dostępne, nie spełniały oczekiwań estetycznych, a nawet nie pasowały rozmiarami do sylwetek Polaków.

Państwo zaczęło więc powoływać ośrodki badawczo-rozwojowe oraz instytucje nadzorujące projektowanie i produkcję odzieży, aby tym problemom zaradzić. Zaczęło też kształcić nowe kadry, które zasilaty później zakłady odzieżowe i powstające [...] domy mody.

Jak wskazał Marcin Różyc, projektowanie mody w PRL nie musiało dostosowywać się do zasad wolnego rynku, pozostawało jednak skazane na systemowe patologie centralnie planowanej gospodarki⁹⁶. Większość produktów wysokiej jakości eksportowano. W sklepach dostępne były te estetycznie nieciekawe lub niskiej jakości. Władze często sprzeciwiały się projektom artystów, które z tego powodu nie były realizowane. Istniał cały szereg procedur oraz komitetów decydujących o tym, co powinno trafić do sprzedaży, skupiano się na wykonaniu planu⁹⁷. Ograniczenia socjalistycznego systemu ekonomicznego wypunktowały również autorki książki poświęconej Barbarze Hoff, Joanna Dobkowska i Aneta Pawłowska⁹⁸:

W założeniu koordynacja działalności poszczególnych podmiotów w branży przemysłowej oraz handlowej miała skutkować usprawnieniem procesów produkcyjnych i sprzedaży, optymalizacją oraz redukcją kosztów. W praktyce natomiast, zaopatrzenie okazało się jedną z większych bolączek całego systemu ekonomicznego, zwanego wówczas socjalistycznym. Pisane z rozmachem plany nie wychodziły, skomplikowane kalkulacje zawodziły, normy narzucane odgórnie bez uwzględniania specyfiki danego zakładu przyprawiały dyrektorów o ból głowy. Przede wszystkim starali się wykonać plan, wszystko jedno jak. W rezultacie, w sklepach

⁹⁶ Marcin Różyc, *Moda. Duże Brawa*, [w:] Marcin Różyc (red.), *Lilka. Helena Bohle-Szacka*, Galeria im. Śleńdzińskich, Białystok 2017, s. 30.

⁹⁷ Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy...*, dz. cyt., s. 89-90.

⁹⁸ Joanna Dobkowska, Aneta Pawłowska, *Barbara Hoff. Królowa kreatywności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2024, s. 148.

nagminnie brakowało dobrych jakościowo rzeczy, konsumenci się więc skarżyli. W odpowiedzi na społeczne niezadowolenie ministerstwo, np. Ministerstwo Przemysłu Lekkiego, w którego kompetencjach leżała organizacja i nadzór nad działalnością przedsiębiorstw włókienniczych, obuwniczych oraz odzieżowych, opracowywało drobiazgowo strategie naprawcze – wprowadzane w życie – jeszcze bardziej wszystko komplikowały.

Helena Bohle-Szacka, która w 1968 roku wyemigrowała z mężem do Berlina Zachodniego, gdzie rozpoczęła pracę dla firmy Kitke und Sohn, podkreślała różnice ekonomiczne pomiędzy dwoma systemami (w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku jako projektantka była związana z Telimeną, Modą Polską i warszawską Ledą)⁹⁹:

Praca sama w sobie była koszmarnie nudna. Projektowaliśmy spódniczki. Otrzymywałam na przykład jeden krój i musiałam wykonać około pięćdziesięciu wariantów. A to inna kieszonka, inny guzik, inne zapięcie... W tej firmie po raz pierwszy dostrzegłam różnice ekonomiczne dwóch systemów. Tutaj chodziło o zysk, przy jak najmniejszym wkładzie finansowym. W Polsce, w komunistycznym systemie, moda była zajęciem humorystycznym, pracą poza rozsądkiem. Tutaj – produkcja co najmniej dwudziestu szkiców dziennie, w Polsce – kilkanaście szkiców miesięcznie. A do tego robiło się rewię z wielkim rozmachem. Oczywiście polskie modele nie pojawiły się nigdy w oficjalnym rewiowym wydaniu, bo przecież nie mieliśmy odpowiednich guzików, pasków, pasujących do całości butów. Wszystkie te dodatki przynosiło się z domu, na okoliczność pierwszych pokazów, a potem zabierało z powrotem. Niemcy nie mieli o tym pojęcia. W Niemczech wszystko było na serio – żadnej zabawy, wyłącznie logika pracy i przewidywalność zysku.

Kreowanie socjalistycznych wzorców spotkało się jednak ze społecznym oporem, a zachodnie tendencje mimo ograniczeń docierały do kraju¹⁰⁰:

Lansowany przez reżimową propagandę wzorec traktorzystki w bezkształtnym kombinezonie czy milicjantki w sztywnym mundurze nie zyskał powszechnego uznania; różnymi sposobami starano się też przeciwstawić unifikacji i szarzyźnie zwykłych ubiorów. Jeszcze raz okazało się, że moda zdolna jest przenikać przez polityczne granice i przełamywać ekonomiczne

⁹⁹ Anna Hadrysiewicz, *Rozdział berliński – głos polski*, [w:] Marcin Różyk (red.), *Lilka. Helena Bohle-Szacka*, Galeria im. Śleńdzińskich, Białystok 2017, s. 222.

¹⁰⁰ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 291.

ograniczenia, a długowiekowego przywiązania Polaków do zachodniego stylu ubiorów nie są w stanie odmienić odgórne nakazy i zakazy.

Ratunkiem okazała się odzież, która była przysyłana przez amerykańską i brytyjską Polonię oraz UNRRA (Organizacja Narodów Zjednoczonych do Spraw Pomocy i Odbudowy, która pomagała krajom zniszczonym przez II wojnę światową)¹⁰¹:

Aż do 1954 roku władze przez palce patrzyły na ogromną ilość paczek, którymi amerykańska Polonia i londyńska emigracja wspomagały krewnych w kraju. Obok luksusowej jak na warunki PRL-u żywności znajdowały się w nich ubrania – kolorowe, o modnych fasonach, używane mało bądź wcale. To głównie dzięki owym „ciuchom”, sprzedawanym na miejskich bazarach, Polacy nie utonęli w socjalistycznej szarzyźnie.

Odzież przysyłana przez UNRRA odznaczała się przede wszystkim bardzo dobrą jakością. Płaszczki, swetry, spodnie i spódnice z wełny były „nie do zdarcia”, toteż służyły nieraz kolejno kilku osobom bądź były przerabiane na różne ubrania, a wełniane koce wręcz powszechnie traktowano jako materiały na okrycia wierzchnie.

Bardzo często w paczkach z UNRRA były różne części umundurowania i tkaniny ze spadochronów¹⁰²:

Ubrania z UNRRA to często były różne części umundurowania, ale zdarzały się też tkaniny ze spadochronów. Mundury przerabiano na męskie kurtki albo damskie żakiety z szerokimi ramionami. Kultowe stały się kurtki z dużymi kieszeniami (tzw. *battle dress* z brytyjskiego demobilu). Ale najmodniejsze były „emki”, czyli amerykańskie kurtki M43, które nosili idole tamtych czasów – Zbigniew Cybulski i Marek Hłasko.

Antoni Jan Działkowiak, profesor nauk medycznych, międzynarodowej sławy chirurg naczyniowy i kardiochirurg, w książce Agnieszki L. Janas „Dandysi i dżentelmeni” wspominał, jak z dwóch wełnianych koców pochodzących właśnie z takiej paczki uszył dla siebie kurtkę¹⁰³:

¹⁰¹ Tamże, s. 289.

¹⁰² Marzena Wiśniak, Magdalena Gonera (red.), *Miasto – Moda...*, dz. cyt., s. 68.

¹⁰³ Agnieszka L. Janas, *Dandysi i dżentelmeni*, Wydawnictwo Sophisti BOOKS, Warszawa 2016, s. 31.

W paczkach były mundury wojskowe i koce ze szpitali wojskowych, które trafiały do naszych szpitali. Udało mi się przekonać administratora szpitala w Poznaniu – w którym potem pracowałem! – i kupić 2 koce. Co to były za koce! Z fantastycznej wełny nowozelandzkiej. Ze wszystkich ras owce nowozelandzkie mają najdłuższe miękkie runo – do 20 cm. To sprawia, że powstaje z niego przędza cienka i elastyczna. Z tych koców uszyłem sobie jupkę – po poznańsku to oznacza przedłużoną kurtkę.

Wokół problemu niedoboru modnych ubrań, butów i dodatków w PRL wykształciły się trzy rodzaje praktyk¹⁰⁴:

- Metoda „zrób to sam” (ang. *DIY – do it yourself*);
- Korzystanie z usług krawieckich;
- „Polowanie”.

Ubrania szyto lub przerabiano na własną rękę. Z pomocą przychodziła prasa, w tytułach takich jak m.in. „Przekrój” czy „Filipinka” publikowano różnego rodzaju propozycje modowych przeróbek. Do legendy przeszła propozycja Barbary Hoff (na co dzień jej porady dostępne były właśnie w „Przekroju”) na tzw. trumniaki, czyli baleriny wykonane poprzez przerobienie dostępnych w sklepach tenisówek¹⁰⁵. Instrukcja znalazła się w książce poradniku Barbary Hoff i Jana Kamyczka (pseudonim Janiny Iphorskiej) „Jak oni mają się ubrać” wydanej w 1958 roku¹⁰⁶:

Do klasycznych przeróbek domowych należy też fabrykacja trumniaków z tenisówek. W tenisówkach wykrawa się „dekol”, lamuje wycięcie tasiemką i całość maluje się na dowolny kolor, najlepiej kolorowym tuszem. Można także pomalować tuszem lub farbami we wzorki: paski, groszki, kwiatki. Jeżeli malowanie będzie nietrwałe, za kilka dni można poprawić. Co prawda są i w sprzedaży gotowe tenisówki, ale dobrze mieć tenisówki „nie takie jak wszyscy” i w kolorze dobranym do sukienki. Gdy kolor spłowieje, trzeba pomalować na nowo.

¹⁰⁴ Michał Wójcicki, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 176-177.

¹⁰⁵ Joanna Kowalska, Małgorzata Moźdzysłowska-Nawotka, *Modna i już! Moda w PRL. Hoff, Moda Polska, Dzieci kwiaty, Hase, Na ludowo i inne...*, Muzeum Narodowe w Krakowie, Muzeum Narodowe we Wrocławiu, Kraków, Wrocław 2015, s. 76.

¹⁰⁶ Barbara Hoff, Jan Kamyczek, *Jak oni mają się ubierać*, Państwowe Wydawnictwo Iskry, Warszawa 1958, s. 256-257.

Chętnie dziergano i szydełkowano. Ubrania szyto również na domowych maszynach lub korzystano z usług krawcowych¹⁰⁷:

[...] kiedy poprawił się dostęp do tkanin, w małych zakładach albo na domowych maszynach szyto się stroje od podstaw. Inspiracją były ubrania podpatrzone w Domach Mody, kreacje piosenek albo aktorów, potem również zagraniczne magazyny modowe lub pisma z wykrojami (królowała, niełatwa do zdobycia, niemiecka „Burda”).

Powszechne było też robienie swetrów, kamizelek, czapek, szalików na drutach i na szydełku. Pomysłowe krawcowe szyły nawet suknie na studniówki i bale maturalne z farbowanej tetry (tkaniny pieluchowe). Pamiątką PRL są też wielobarwne swetry i płaszcze z włóczki kowarskiej, czyli wełnianych odpadów pochodzących z fabryk dywanów. Unikalne wzory tych ubrań wynikały z tego, że odpady były kłębowiskiem splątanych, krótkich kawałków wielokolorowych nici.

Punkty krawieckie miały bardzo różny charakter, od bardzo profesjonalnego w postaci pracowni po chałupniczy. Wiele krawcowych przyjmowało we własnych domach lub mieszkaniach. Według danych statystycznych z końca lat sześćdziesiątych XX wieku, ponad 60% nabywanych ubrań było szytych w pracowniach lub przez prywatne krawcowe¹⁰⁸. Bardzo często w kontekście modnych produktów w czasach PRL pojawia się słowo „upolować”¹⁰⁹: „Materiały, z których szyto ubrania, można było kupić, a właściwie upolować, w państwowych sklepach z tkaninami”. Marek Hendrykowski z kolei napisał o kombinowaniu, trudzie i gimnastyce bycia modnym w PRL¹¹⁰:

Niełatwo było wtedy być kimś modnym. Moda okresu socrealizmu – i jeszcze długo potem – wymagała od nosicieli i nosicieli nie lada pomysłowości i przedsiębiorczości. Jej codzienna i odświętna potrzeba (a ta, jak wiadomo, jest matką wynalazków) wyzwalała niezwykłą energię zdobywania rzeczy, deficytowych towarów, akcesoriów, materiałów niezbędnych do realizacji

¹⁰⁷ Marzena Wiśniak, Magdalena Gonera (red.), *Miasto – Moda...*, dz. cyt., s. 68-69.

¹⁰⁸ Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy...*, dz. cyt., s. 144-147.

¹⁰⁹ Iwona Kienzler, *Kronika PRL 1944-1989. Tom 16: Moda*, Bellona, Edipresse Polska, Warszawa 2015, s. 50.

¹¹⁰ Marek Hendrykowski, *Socrealizm i moda*, [w:] Marek Hendrykowski, *Socrealizm po polsku. Studia i szkice*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2015, s. 117.

tego celu. Bycie modnym w PRL oznaczało nieustanny wysiłek kombinowania. Trzeba było się nie mała natrudzić i nagimnastykować, by nosić to, co aktualnie modne bądź nieprzemijająco eleganckie i wytworne.

Modne ubrania, buty i dodatki można było upolować na „ciuchach”, czyli bazarach, na których osoby prywatne sprzedawały ubrania m.in. z zagranicznych paczek od krewnych mieszkających za granicą¹¹¹:

W Warszawie takim miejscem był na przykład słynny bazar Różyckiego, we Wrocławiu – plac Nankiera, w Krakowie – umiejscowione w różnych częściach miasta „tandety” i targowisko przy Kalwaryjskiej. Całą Małopolskę zaopatrywały targowiska w Nowym Targu i Zakopanem, gdzie górale zbijali interes na paczkach otrzymanych z przysłowiowego „Czikago”.

O warszawskich „ciuchach” wspomniała również Krystyna Mazurówna w wywiadzie z autorką książki „Dandysi i dżentelmeni” Agnieszką L. Janas, zwracając uwagę, że na bazarach kupowano nie tylko ubrania, ale również zagraniczne żurnale¹¹²:

Źródłem zaopatrzenia wszystkich elegantów były wówczas sławne „ciuchy”. Znajdowały się w różnych miejscach Warszawy, kilkakrotnie zmieniała się ich lokalizacja, ale sprzedający nigdy nie narzekali na brak kupujących. Sprzedawcami byli ludzie, którzy otrzymywali paczki z zagranicy. Można było kupić od nich różne ubrania, np. marynarki czy spodnie i w różnym stopniu zużycia. Czasem trafiały się rzeczy nowe, częściej jednak były używane. Nikt się nie martwił tym, że podobający się ciuch był za duży, bo wszystko nosiło się do poprawek krawieckich, których była wówczas cała masa w Warszawie. Do renomowanych krawców chodziło się natomiast szyc ubrania na miarę z zagranicznych żurnali, które także kupowało się na bazarach z tych paczek.

Po politycznej odwilży 1956 roku zwiększyła się dostępność do zachodniej kultury, sztuki i mody. Jednym z głównych źródeł modowych inspiracji stało się kino¹¹³:

¹¹¹ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, s. 149 i 152.

¹¹² Agnieszka L. Janas, *Dandysi i dżentelmeni...*, dz. cyt., s. 160.

¹¹³ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 294.

Najnowsze ubiory poznawano przede wszystkim za pośrednictwem kina. Włoskie, francuskie, angielskie, a niekiedy także amerykańskie filmy o tematyce współczesnej ukazywały aktorów w strojach znanych projektantów mody bądź ubiory w stylu młodzieżowym, noszone przez amerykańskich nastolatków. W Polsce starano się naśladować te wzory mimo ograniczeń, jakie narzucało socjalistyczne, centralne sterowanie przemysłem odzieżowym, brak odpowiednich tkanin i dodatków oraz skromne możliwości finansowe.

Zmianę społecznych i politycznych nastrojów zwiastował już zorganizowany w Warszawie rok wcześniej w 1955 roku V Światowy Festiwal Młodzieży i Studentów, który odbił się szerokim echem w całym kraju, wpływając m.in. na zmiany w polskiej modzie¹¹⁴:

Do stolicy zjechała młodzież z całego świata. Jakiej rangi było to wydarzenie modowe, dobrze ilustruje dokument Polskiej Kroniki Filmowej z tego okresu. Stroje ludowe Rumunek, turbany Sudanek i Nigeryjek, szarawary Syryjek, tradycyjne sukienki Chinek kontrastują mocno z Polkami ubranymi w zlewające się w jednolitą całość „łączki” i skromne chustki na głowach. Moda prezentowana na żywo w wydaniu międzynarodowym była inspiracją o wiele lepszą i silniejszą niż słabo dostępne zagraniczne żurnale lub ich polskie przedruki. Polki zobaczyły kolory i wzory, które nawet im się nie śniły, wiele z nich mogło też po raz pierwszy dotknąć prawdziwej nylonowej halki czy przymierzyć amerykańskie kocie okulary w rogowych oprawkach. Ponadto festiwal zbiegł się z atmosferą zwiastującą odwilż w polskiej polityce, dzięki czemu ekscytacji spowodowanej międzynarodowym towarzystwem nie stłumiły wątpliwości czy obawy dotyczące przyszłości. Kobiety mogły żywić nadzieję, że czekają je spore zmiany, a jednym z przejawów tych zmian miała być również większa swoboda w doborze stroju.

Dzisiejsi historycy podkreślają wręcz antysystemowy charakter wydarzenia¹¹⁵, które przełamywało pompatyczny dekor stalinowskich wieców i defilad¹¹⁶. Również oprawa plastyczna festiwalu przygotowana przez zespół

¹¹⁴ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 161.

¹¹⁵ Anna Frąckiewicz, *Chcemy być nowocześni. Kształt przyszłości, czyli styl lat 50. i 60.*, [w:] Anna Kiełczewska (red.), *Chcemy być nowocześni. Polski design 1955-1968 z kolekcji Muzeum Narodowego w Warszawie*, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 2011, s.18.

¹¹⁶ Piotr Osęka, *Święto inne niż wszystkie. Propaganda i rzeczywistość V Światowego Festiwalu Młodzieży i Studentów w Warszawie* [w:] Piotr Osęka, *Rytuały stalinizmu. Oficjalne święta i uroczystości rocznicowe w Polsce 1944–1956*, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2006, s. 231.

artystów z warszawskiej ASP pod kierunkiem Kazimierza Nity wyróżniała się na tle socrealistycznej rzeczywistości, będąc ucieleśnieniem charakterystycznego stylu, który w Polsce rozpoczął się w 1959 roku, a wygasł w połowie lat sześćdziesiątych¹¹⁷:

Festiwalową Warszawę odmieniły barwne płócienn płachty zawieszane na Nowym Świecie, kolorowe flagi, liczne plakaty, z których największy – gigantyczny plakat Jana Młodożeńca – przysłonił (jak dzisiejszy billboard) ślepią ścianę kamienicy przy ulicy Smolnej. Najbardziej charakterystycznym i najczęściej wspomnianym elementem dekoracji był 400-metrowy fryz autorstwa Henryka Tomaszewskiego i Wojciecha Fangora, rozwieszony wzdłuż ulicy Marszałkowskiej, naprzeciw Pałacu Kultury. Dekoracje te, mimo ideologicznego przesłania, zdecydowanie nie miały charakteru socrealistycznego. Zmianę zauważono od razu – Festiwal przez współczesnych odczuwany był jako niezwykle wydarzenie.

Z organizacją V Światowego Festiwalu Młodzieży i Studentów związana jest również historia budowy Stadionu Dziesięciolecia. W 1953 roku warszawski oddział Stowarzyszenia Architektów Polskich rozpisal konkurs na Stadion Sportowy na Pradze lub „stadion między mostami”, na 37 500 miejsc, z możliwością powiększenia do 60 000 (15 000 siedzących i 45 000 stojących). Zwycięzył wspólny projekt trójki architektów: Jerzego Hryniewieckiego, Zbigniewa Ihnatowicza i Jerzego Sołtana¹¹⁸. Ostatecznie jednak wstrzymano się z rozpoczęciem prac¹¹⁹:

Choć pierwszą nagrodę przyznano, żaden z projektów nie wydał się zamawiającemu wystarczająco dobry, by skierować go do realizacji. Nic dziwnego – stadionu o tej skali w Warszawie ani w Polsce przedtem nigdy nie zbudowano, należy więc przypuszczać, że nie było architektów, którzy mieliby wystarczające doświadczenie. W styczniu 1954 roku, nie zwycięzcom, a autorom jednej z wyróżnionych prac, zlecono przestudiowanie alternatywnych rozwiązań urbanistycznych i funkcjonalnych. Forsowna odbudowa Warszawy dostawała

¹¹⁷ Anna Frąckiewicz, *Chcemy być nowocześni...*, dz. cyt., s.16-18.

¹¹⁸ Grzegorz Piątek, *Palimpsest wpisany w elipsę. O architekturze stadionu*, [w:] Joanna Warsza red., *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009, s. 17-18.

¹¹⁹ Tamże, s. 18.

zadyszki, rezygnowano z kolejnych ambitnych zamierzeń, stanęła budowa metra. Wiele wskazywało na to, że stadion między mostami również zostanie zapomniany.

W wyniku nagłego zwrotu akcji jakim było powierzenie w czerwcu 1954 roku Warszawie organizacji V Światowego Festiwalu Młodzieży i Studentów, pojawiła się konieczność budowy reprezentacyjnej areny¹²⁰:

Stadion nie podzielił jednak losu metra. W międzyczasie doszło bowiem do nagłego zwrotu akcji. W czerwcu 1954 roku powierzono Warszawie organizację V Światowego Festiwalu Młodzieży i Studentów – międzynarodowej imprezy kulturalno-sportowo-propagandowej, która co pięć lat odbywała się w innym socjalistycznym kraju. W ciągu trzynastu miesięcy Warszawa musiała dorobić się reprezentacyjnej areny i „stadion między mostami” stał się „Stadionem Centralnym” o ponad dwukrotnie większej pojemności – 71 000 miejsc siedzących, czyli maksimum tego, na co pozwalała wydolność komunikacyjna, z możliwością powiększenia o miejsca stojące do 100 000.

W zwycięskim zespole doszło jednak do rozłamu, Jerzy Sołtan i Zbigniew Ilnatowicz nie zgodzili się na zmiany w projekcie i wycofali się z dalszych prac. Pozostał jedynie Jerzy Hryniewiecki, a sam obiekt otrzymał ostatecznie nazwę Stadionu Dziesięciolecia¹²¹:

Stadion Centralny otrzymuje ostatecznie nazwę Stadionu Dziesięciolecia. Nie chodzi o dziesięciolecie zakończenia wojny, które miało w roku 1955, lecz przypadającą 22 lipca 1954 roku rocznicę proklamacji Manifestu PKWN – dokumentu określającego podstawy ideowe i cele nowego, komunistycznego państwa. Manifest stał się jednym z podstawowych mitów założycielskich powojennej Polski. Pomnik tego dokumentu powstał jednak na grobowcu (czy raczej na fundamentach?) starego porządku. Trybuny usypano z zalegających tam gruzów przedwojennej Warszawy. Pod trybunami Stadionu pochowano Stare Miasto – jego cegły, pręty, kości – o ileż prawdziwsze od tego odbudowanego, które lśniło świeżymi tynkami na drugim brzegu.

Do końca lat pięćdziesiątych XX wieku popularnością wśród polskich kobiet cieszyły się sukienki, bluzki i spódnice w duchu stylu *new look* lansowanego przez Christiana Diora. Klozowy kształt dołu uzyskiwano z pomocą halek ze sztywno krochmalonego płótna, często z wciągniętym w dolny obwód drutem. Halki nylonowe noszone na Zachodzie, w kraju były

¹²⁰ Tamże, s. 19.

¹²¹ Tamże, s. 21.

praktycznie niedostępne. Czasem można było je znaleźć na ciuchach lub otrzymać w zagranicznej paczce¹²². Charakterystyczny styl dekady został uwieczniony w debiutanckim filmie Janusza Morgensterna „Do widzenia, do jutra...” z 1960 roku, który na łamach portalu Culture.pl został określony jako¹²³:

[...] syntetyczny portret młodego pokolenia, odmiennego od poprzedników. Sportretowani w tym filmie młodzi ludzie zdają się być pozbawieni traumy wojennej, mają w sobie tyle optymizmu i żywotności, by ją ze swego życia wyeliminować. Wymyślają pantomimy o miłości, cieszą się sukienkami szeleszczącymi jak skrzydła motyli, sączą w barze koktajle, śpiewają piosenki z głupawymi tekstami, grają w tenisa.

Główna rola Francuzki Margueritte przypadła w udziale Teresie Tuszyńskiej, uznawanej w Polsce za ikonę w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych. „[...] była dla Polek gwiazdą tego pokroju, co dla Francuzek Brigitte Bardot, a dla Amerykanek – Marylin Monroe”¹²⁴. Tak jak zachodnie koleżanki po fachu nosiła „[...] mocno akcentujące talię rozkloszowane sukienki i buty na niewielkiej szpilce”¹²⁵. Koniec lat pięćdziesiątych to również czas powstania warszawskiej Mody Polskiej i łódzkiej Telimeny, których dynamiczny rozwój przypadł na lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte XX wieku. Oba przedsiębiorstwa miały ogromne znaczenie w rozpowszechnianiu zachodnich tendencji na rodzimym rynku.

Wraz z nadejściem lat sześćdziesiątych XX wieku pojawiła się trapezowa linia kobiecych strojów. Popularnością cieszyły się krótkie, luźne sukienki oraz kostiumy z pudełkowym żakietem. Pomimo antyamerykańskiej propagandy za ikonę stylu, podobnie jak na całym świecie, uznawano Jacqueline Kennedy. Popularność zyskiwały materiały syntetyczne, szczególnie kreplina i bistor.

¹²² Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 299.

¹²³ Ewa Nawój, „Do widzenia, do jutra...”, reż. Janusz Morgenstern, Culture.pl, 2012, online: <https://culture.pl/pl/dzielo/do-widzenia-do-jutra-rez-janusz-morgenstern> [dostęp: 1 sierpnia 2024].

¹²⁴ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 172.

¹²⁵ Tamże, s. 172.

Hitem stały się ortalionowe płaszcze, szeleszczące i nieprzemakalne, utrzymane w granatowym lub szarym kolorze. Początkowo sprowadzano je z Włoch, z czasem zaczęto je produkować w polskich fabrykach. Za symbol elegancji uznawano pantofle na szpilkach. Najbardziej pożądane były szpilki włoskie, ale musiano zadowalać się egzemplarzami wytwarzanymi przez prywatne zakłady szewskie.

W połowie dekady popularność zyskała długość mini, która przyczyniła się do rosnącej popularności rajstop. Nie była ona jednak często akceptowana, zwłaszcza w strojach uczennic, które zmuszone były ukrywać swoje krótkie sukienki i spódnice przed oczami nauczycieli pod obowiązkowymi ciemnymi, szkolnymi fartuszkami. Niechętnie patrzano również na noszenie przez kobiety spodni, szczególnie do szkoły, pracy czy na wizytę. Pod koniec dekady najbardziej pożądanym elementem garderoby stały się jeansy¹²⁶. Oryginalne można było kupić za dolary w Peweksie, ale ich koszt równał się często kilkumiesięcznej pensji¹²⁷. Rozwiązaniem mogły być spodnie szyte z tzw. teksasu – tkaniny polskiej produkcji, imitującej amerykański jeans, którą z daleka trudno było odróżnić od oryginału, ale z bliska łatwo dawało się dostrzec ich niedoskonałość¹²⁸:

[...] w burym odcieniu granatu, chropowate i kiepskiej jakości, teksasy wciąż pozostawały jednak jedynym substytutem modnych spodni, które nieliczni szczęśliwcy mogli nabyć w Peweksie. Aby nadać im modniejszy wygląd, można było farbowane na niebiesko teksasy zetrzeć do białej, niezafarbowanej warstwy pumeksem, by zamarkować typowe dla prawdziwego dżinsu przetarcia i wyblaknięcia. Z kolei, żeby zyskać żywszy kolor, odbarwiony teksas farbowano atramentem.

Polską ikoną stylu lat sześćdziesiątych stała się Pola Raksa, szczególnie w roli Marioli w filmie „Przygoda z piosenką” (reż. Stanisław Bareja, Polska, 1968 rok), gdzie jej wizerunek idealnie odzwierciedlał klimat końca dekady:

¹²⁶ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, s. 299-301.

¹²⁷ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 208.

¹²⁸ Tamże, s. 212.

Krótkie dziewczęce sukienki w pastelowych kolorach, kraciaste płaszczyki, falbaniaste żaboty, tuniki z lekko podwyższonym stanem świetnie ilustrują czołowe trendy z tego okresu. Z kolei charakterystyczna fryzura Poli – zgodna z modą końcówki dekady (długie włosy za ramiona, mocno uniesione z tyłu głowy tapirem i symetrycznie przedzielony przód, gładko zalizany na boki) – szybko stała się jej znakiem rozpoznawczym i różne jej wariacje nosiła nawet w filmach historycznych.

W modzie męskiej naśladowano styl członków brytyjskiego zespołu The Beatles, na który składały się koszule z żabotem, wąskie krawaty, aksamitne marynarki, spodnie biodrówki z rozszerzonymi nogawkami oraz czarne sztyblety na obcasie (od nazwy zespołu nazywane w Polsce beatlesówkami)¹²⁹. Z kolei w 1967 roku swoimi kolekcjami zadebiutowały Grażyna Hase i Barbara Hoff – projektantki, które używając współczesnego języka śmiało można określić mianem modowych freelancerek epoki PRL. Z kolei na początku dekady, w maju 1960 roku, na polskim rynku prasowym pojawił się magazyn ilustrowany „Ty i Ja”, który wyróżniał się tematyką oraz oryginalną szatą graficzną, promując zachodnie trendy, trudno uchwytnie w szarej rzeczywistości¹³⁰:

Magazyn pokazywał świat, który był dla większości Polaków niedostępny, ale upragniony, promował styl życia, który znacznie bardziej podobny był do stylu życia mieszkańców Zachodu niż socjalistycznej Polski. Równocześnie wiadomo było, że są to wzorce niemożliwe do zrealizowania.

Zapoczątkowany końcem lat sześćdziesiątych kryzys, m.in. wskutek studenckich demonstracji z 1968 roku, osiągnął swoją pełnię w 1970 roku, kiedy wybuchły protesty przeciwko podwyżkom cen żywności. Następstwem wydarzeń było dojście do władzy Edwarda Gierka, który został mianowany I sekretarzem KC PZPR i pełnił tę funkcję do 1980 roku. Stąd lata 70. XX wieku określa się mianem dekady Gierka. W tym czasie doszło do otwarcia Polski

¹²⁹ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 305.

¹³⁰ Justyna Harbanowicz, Agnieszka Dytman-Stasieńko, *Magazyn ilustrowany „Ty i Ja”. Projekt alternatywnych stylów życia w PRL-u*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2021, s. 42.

na świat, a politykę gospodarczą oparto na pożyczkach zagranicznych, które zaciągano na zakup nowych technologii¹³¹. Program gospodarczy z 1971 roku oparty był na wzroście dochodu narodowego i płac realnych. Kraj osiągał wzrost gospodarczy dochodzący do 10% rocznie. Inwestowano w nowe przedsiębiorstwa, kupowano zachodnie licencje i linie produkcyjne. Efekty były krótkotrwałe. W drugiej połowie dekady objawił się kolejny kryzys. Oprócz czynników zewnętrznych wśród jego przyczyn wymienia się zbyt szeroką skalę inwestycji oraz przestarzałe technologie, które nie sprawdziły się w polskich warunkach¹³².

W latach siedemdziesiątych moda zaadaptowała styl hipisowski, który przyjął się również w Polsce. Z uwagi na jego zamierzoną niedbałość oraz folkowe odwołania możliwa była jego realizacja w rodzimych warunkach. Pojawiły się nowe rodzaje długości: maxi (do kostek) oraz midi (do połowy łydki). Szorty stały się składnikiem codziennej garderoby. Chętnie ubierano długie sukienki, spódnice i płaszcze. Wykorzystywano wzorzyste materiały, kraciaste lub w kwiaty. Z brakiem tkanin radzono sobie farbując tetrę. Bluzki często nawiązywały do secesji – stąd stojące kołnierzyki, bufiaste rękawy, zakładki lub falbanki. W odzieży chętnie wykorzystywano również koronki i hafty. Uzupełnienie stylizacji stanowiły krótkie kamizelki oraz szydełkowe chusty. Odwoływano się do polskich strojów ludowych poprzez wykorzystanie regionalnych haftów, noszenie zakopiańskich serdaków czy krakowskich chust w kwieciste wzory¹³³. Absolutnym hitem dekady stała się tzw. spódnica „bananowa”, potocznie określana „bananówką”. Szyto ją z ośmiu klinów, z reguły z dwóch kontrastujących ze sobą materiałów. Ten charakterystyczny krój został spopularyzowany przez Marylę Rodowicz, która wystąpiła w biało-

¹³¹ Paweł Dybicz, *Spór o Gierka*, [w:] Paweł Dybicz (red.) *Polska Ludowa 1957-1980*, Fundacja Oration Recta, Warszawa 2015, s. 114-118.

¹³² Adam Dziurok, Marek Gałęzowski, Łukasz Kamiński, Filip Musiał, *Od niepodległości...*, dz. cyt. s. 397-399.

¹³³ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 308-314.

niebieskiej „bananówie” na Międzynarodowym Festiwalu Piosenki w Sopocie w 1973 roku z przebojem „Małgośka” (sama spódnica stanowiła nawiązanie do piosenki, ponieważ niebieski napis „Małgośka” został umieszczony na białych klinach)¹³⁴. Zresztą to właśnie Maryla Rodowicz była jedną z ikon lat siedemdziesiątych. Wokalistka bowiem śmiało eksperymentowała ze swoim scenicznym wizerunkiem¹³⁵:

Lubowała się w strojach inspirowanych indiańskim folklorem, „westernowych”, wykonanych z naturalnych tkanin, ze skóry. Często elementy swoich strojów znajdowała na starociach. Za pośrednictwem Jerzego Antkowiaka zaznajomiła się na przykład z kolekcjonerem tradycyjnego ludowego rękodzieła, który dostarczał jej takie rarytasy jak haftowane bluzki czy chusty, z których wiele później pojawiło się w scenicznych stylizacjach Maryli. Jak większość polskich gwiazd tego okresu, ubierała się bez pomocy stylistki – sama kompletowała stroje, czasem szyła.

Mężczyźni z kolei nosili jeansowe bluzy, spodnie typu dzwony, wzorzyste koszule, zamszowe półbuty lub kowbojki z krótką cholewką. Garnitury składały się z dopasowanej marynarki z szerokimi klapami i spodni bez mankietów. Wśród okryć wierzchnich popularność zyskały wełniane budrysówki z zapięciem na drewniane kotki, krótkie, skórzane kurtki motocyklowe, ocieplane kurtki ortalionowe, jak również kozuchy z baranich skór długie lub do kolan, które popularne były również wśród kobiet. Porzucono tradycyjne nakrycia głowy. Kapeluszy używali wyłącznie wyżsi urzędnicy i starsi panowie, przywiązani do kanonów dawnej elegancji. Najczęściej noszono czapki z daszkiem, a zimą wełniane, krótkie czapeczki lub futrzane papachy. Po wizycie prezydenta Francji Charles’a de Gaulle’a w 1967 roku, popularne stały się tzw. „degolówki” – czapki z okrągłą, sztywną główką i małym daszkiem, nawiązujące do francuskiego kepi, wojskowego nakrycia głowy¹³⁶. Popularnością u mężczyzn cieszyły się długie włosy. Jednak władza niechętnie patrzyła na takie fryzury. Przeciwnikiem dłuższych włosów u mężczyzn był

¹³⁴ Marzena Wiśniak, Magdalena Gonera (red.), *Miasto – Moda...*, s. 94.

¹³⁵ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 219.

¹³⁶ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 317.

m.in. „Krwawy Maciek”, czyli Maciej Szczepański, członek PZPR i przewodniczący Komitetu ds. Radia i Telewizji w latach 1972-1980¹³⁷:

Z tego powodu zwolnił na przykład kamerzystę, choć przecież nikt z widzów jego fryzury nie miał szansy zobaczyć.

Po telewizji po dziś dzień krąży opowieść o pracowniku pionu technicznego, który nie miał pojęcia, jak wygląda prezes, i na swoje nieszczęście wsiadł z nim do windy. Kiedy Szczepański zwrócił mu uwagę, że ma za długie włosy, odparował: „A ch... to cię obchodzi!”. I to był ostatni jego dzień pracy w telewizji.

Pecha miał też inny „kudłaty”, który na początku 1980 roku, jadąc z prezesem windą, palił papierosa. Szczepański poprosił go o podejście do wartownika i wylegitymowanie się. „Kudłaty” więcej swojej telewizyjnej wejściówki już nie zobaczył.

Na przełomie 1979 i 1980 roku doszło do kolejnego załamania gospodarczego¹³⁸. We wrześniu 1980 roku Stanisław Kania zastąpił Edwarda Gierka na stanowisku I sekretarza KC PZPR¹³⁹. Od 1981 roku rząd reprezentował generał Wojciech Jaruzelski, który objął kluczowe stanowiska państwowe i partyjne, pełniąc jednocześnie funkcję premiera, szefa MON i pierwszego sekretarza KC PZPR¹⁴⁰. Lata osiemdziesiąte XX wieku to w Polsce czas politycznych przemian, które rozpoczęły się „karnawałem „Solidarności” (lub „karnawałem demokracji”) – okres szesnastu miesięcy od sierpnia 1980 roku do wprowadzanie stanu wojennego w dniu 13 grudnia 1981 roku¹⁴¹. W 1981 roku dochód narodowy spadł o 22%. Stan wojenny skomplikował sytuację. 1 lutego 1982 roku rząd ustalił podwyżkę cen na poziomie ponad 100%. Kolejne lata przyniosły stagnację gospodarczą. Szacuje się, że braki dotyczyły 80% produktów. Realne rozwiązania pojawiły się dopiero w grudniu

¹³⁷ Aleksandra Szarłat, *Prezenterki. Tele PRL, Świat Książki*, Warszawa 2015, s. 96-97.

¹³⁸ Ryszard Kaczmarek, *Historia Polski. 1914-1989*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 734-736.

¹³⁹ Tamże, s. 741.

¹⁴⁰ Tamże, s. 748.

¹⁴¹ Adam Dziurok, Marek Gałęzowski, Łukasz Kamiński, Filip Musiał, *Od niepodległości...*, dz. cyt., s. 424-425.

1988 roku, kiedy przyjęta została ustawa o swobodzie działalności gospodarczej, zrównano sektor państwowy z prywatnym. 1 sierpnia 1989 roku ceny żywności zostały zdeterminowane przez rynek, zniesiono również system kartkowy¹⁴². Obrady Okrągłego Stołu w 1989 roku zapoczątkowały transformację ustrojową¹⁴³. Po powołaniu 12 września 1989 roku rządu Tadeusza Mazowieckiego, wicepremier Leszek Balcerowicz odrzucił wszelkie dalsze reformy gospodarki centralnie planowanej. Rozpoczął się proces wprowadzania gospodarki rynkowej w Polsce¹⁴⁴.

W ostatniej dekadzie PRL zgodnie z dominacją mody sportowej na świecie, również w Polsce zaczęto chętnie nosić dresowe bluzy i spodnie w zestawieniu ze sportowym obuwiem. Popularnym okryciem wierzchnim stały się obszerne pikówki, ze względów praktycznych odszywane z szaroburych materiałów. W kobiecej garderobie obowiązujące stały się fasony oversize – obszerne żakiety w stylu męskich marynarek z szerokimi ramionami, dziergane swetry w malarskie wzory pejzażowe lub abstrakcyjne, spodnie o męskim kroju. Podobna zmiana dotyczyła męskiej szafy, w której pojawiły się duże marynarki i luźne spodnie z zakładkami¹⁴⁵.

Za niekwestionowaną ikonę lat osiemdziesiątych XX wieku w Polsce uznaje się Korę, która w krótkich włosach i ciemnych okularach lansowała wizerunek niepokornej chłopczycy¹⁴⁶:

Wywodząca się z krakowskiego środowiska hipisowskiego Kora zaczynała karierę w zespole męża, by po krótkim czasie zostać w nim główną wokalistką. W 1980 roku Kora i jej band zawojowali festiwal w Opolu i szybko zyskali renomę jednego z najkreatywniejszych zespołów rockowych w Polsce. [...] Kora wypracowała sobie styl będący połączeniem rockowej prowokacji

¹⁴² Tamże, s. 464-466.

¹⁴³ Anna Modzelewska, *Struktury organizacyjne NSZZ „Solidarność” w latach 1980-1989*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2020, s. 86.

¹⁴⁴ Janusz Kaliński, *Gospodarka w PRL*, Instytut Pamięci Narodowej, Warszawa 2012, s. 31.

¹⁴⁵ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 322.

¹⁴⁶ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, s. 246.

z minimalistyczną elegancją. Łączyła oversizowe marynarki z kabaretkami, czarne przezroczyste bluzeczki z króciutką mini i odważnym biustonoszem. Czasem decydowała się na prostą koszulkę i spodnie, czasem zakładała biały kimonowy żakiet w japońskim stylu, szpilki i prześwitujące czarne rajstopy.

Jej sceniczny wizerunek zaprezentowany na Festiwalu w Opolu w 1980 roku stał w kontrze do konwencji wypracowanej przez wokalistki w poprzedniej dekadzie¹⁴⁷:

Porusza się lekko, ale też pewnie. Męsko i kobieco. Dynamicznie i zmysłowo. Robi to zupełnie inaczej niż znane z tej sceny w latach siedemdziesiątych wokalistki – wznoszące oczy ku niebu i rozkładające ręce w gestach otwarcia, przyjęcia świata, miłości, domu. Ciałem, ubiorem, głosem, zachowaniem Kora zakwestionuje śliczne matrony, grzeczne kobietki, słodkie panienki.

Katarzyna Kubisiowska, autorka książki „Się żyje. Kora. Biografia” dostrzegła analogię między sukcesem zespołu, a działaniami „Solidarności”¹⁴⁸:

Z Opolą Maanam wyjeżdża bez oficjalnej nagrody, ale dostaje nieoficjalną, o wiele cenniejszą: aplauz publiczności. Piętnaście minut na scenie winduje zespół na szczyt. Strajki sierpniowe Kora przeżywa już jako gwiazda. Rozpędu nabierają jednocześnie dwa karnawały: Maanamu i Solidarności. Przez szesnaście kolejnych miesięcy Polska oddycha nadzieją. Maanam staje się krzewicielem, tubą i katalizatorem buntu.

Ponieważ noszenie znaczka „Solidarności” wiązało się z niebezpieczeństwem, opozycjoniści wymyślili, że w klapy marynarek, płaszczy lub kurtek można wpinać opornik, czyli element radioaparatu tranzystorowego. Do jego noszenia zachęcano w podziemnej prasie i ulotkach. Również inne elementy noszone przez związkowców i osoby protestujące z czasem zaczęły się kojarzyć z tzw. „modą solidarnościową”, m.in. t-shirty z politycznymi hasłami i nadrukami, w formie naprasowanek lub

¹⁴⁷ Katarzyna Kubisiowska, *Się żyje. Kora. Biografia*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2023, s. 182.

¹⁴⁸ Tamże, s. 183.

malowanych farbą, szarobure swetry czy duże, okrągłe okulary w transparentnych oprawkach¹⁴⁹.

Kolejne rozdziały książki zostały poświęcone wybranym fenomenom dotyczącym mody w okresie PRL. Tak należy nazwać instytucje, zjawiska czy osoby, które mimo ograniczeń starały się zyskać lub stworzyć modową tożsamość w oparciu o dostępne środki i materiały. Wiele przedsiębiorstw zyskiwało ogólnopolską popularność, np. szczecińska „Dana” wyspecjalizowana w dziewczęcych bluzkach i sukienkach czy „Tarmilo” znane z produkcji odzieży dziecięcej, które mieściło się w Tarnowskich Górach. Moda Polska z kolei adaptowała zachodnie trendy, będąc czymś na kształt PRL-owskiego ministerstwa mody. Rolę edukacyjną w dziedzinie mody i designu pełnił Instytut Wzornictwa Przemysłowego założony z inicjatywy Wandy Telakowskiej. Niezwykłym fenomenem były pojawiające się w Polsce subkultury, zyskujące swoją lokalną specyfikę – pojawiające się kolejno ruchy: bikiniarski, hipisowski i punkowy. Z kolei Grażyna Hase i Barbara Hoff promowały wizję mody na własnych zasadach, będąc niejako „PRL-owskimi freelancerkami” w dziedzinie projektowania mody.

¹⁴⁹ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 228.

4. Instytut Wzornictwa Przemysłowego – prognozowanie trendów w PRL

Historia Instytutu to właściwie historia przełamywania oporu społecznego oraz radzenia sobie z trudnościami oraz nieustannych reorganizacji. Wzornictwo w PRL nie miało bowiem statusu ugruntowanej dyscypliny, choć jego początki sięgają w Polsce przełomu XIX i XX wieku¹⁵⁰. Pracownicy placówki musieli radzić sobie m.in. z niezrozumieniem ze strony władz oraz fabryk, niechętnych do wprowadzania nowych wzorów produkcyjnych, a także ograniczeniami w zakresie surowców i materiałów. Pomimo to z opowieści zebranych w książce „Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników” wyłania się fascynujący obraz placówki, która mogła się rozwijać dzięki pasji i życzliwości tworzących ją osób¹⁵¹.

Niebagatelną rolę w historii IWP odegrała charyzmatyczna założycielka Wanda Telakowska, która podobnie jak Jadwiga Grabowska w Modzie Polskiej nie zważała na przeciwności losu w dążeniu do obranego celu. Była graficzką i projektantką oraz organizatorką powojennego polskiego wzornictwa¹⁵², postulującą zbliżenie sztuki do przemysłu – misja ta wypełniła całe jej życie¹⁵³. Słynęła z wysokiego wzrostu (185 cm) oraz przyjaźni z takimi osobistościami jak Antoni Słonimski, Julian Tuwim, Irena Krzywicka,

¹⁵⁰ *Polskie wzornictwo XX wieku*, Culture.pl, online: <https://culture.pl/pl/artykul/polskie-wzornictwo-xx-wieku> [dostęp: 23 października 2024].

¹⁵¹ Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011.

¹⁵² Anna Frąckiewicz, *Wanda Telakowska*, Culture.pl, 8 maja 2018, online: <https://culture.pl/pl/tworca/wanda-telakowska> [dostęp: 20 października 2024].

¹⁵³ Julia Pańków, Lidia Pańków, *Piękno na co dzień dla wszystkich. Wanda Telakowska*, [w:] Julia Pańków, Lidia Pańków, *Kreatorki. Kobiety, które zmieniły polski styl życia*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2018, s. 308.

Władysław Broniewski, Jarosław Iwaszkiewicz, Stefan Starzyński czy Czesław Miłosz. Przez całe swoje życie nie wyszła za mąż. Po wojnie w pierwszej połowie 1945 roku objęła stanowisko kierownicze w świeżo utworzonym Wydziale Planowania w Departamencie Plastyki Ministerstwa Kultury i Sztuki¹⁵⁴. Po kilku miesiącach jednostkę przemianowano na Wydział Wytwórczości i ostatecznie dwa lata później w 1947 roku przekształcono w Biuro Nadzoru Estetyki Produkcji, z którego następnie wyłonił się Instytut Wzornictwa Przemysłowego¹⁵⁵:

W tym samym roku prowadzony przez Telakowską Wydział Wytwórczości został przekształcony w Biuro Nadzoru Estetyki Produkcji, podległe Ministrowi Kultury i Sztuki. Ponieważ pracowały w nim głównie kobiety, złośliwi parafrazowali skrót BNEP jako „Biuro Niewyżytych Erotycznie Pań”. Pracę swoją i podlegających jej pracowników Wanda określiła jako misję krzewienia idei wzornictwa w świecie przemysłu. Nie było to łatwe. Wielkie zapotrzebowanie na produkcję przemysłową sprawiało, że nie było czasu na eksperymenty plastyków z materiałami. Trudno było także o surowce, a przede wszystkim o miejsce do pracy. Ale to właśnie w ciągu tych kilku lat po wojnie wykrystalizowały się metody pracy i kadra, która stworzyła podwaliny Instytutu Wzornictwa Przemysłowego. Przede wszystkim zaś Telakowska zyskała zrozumienie dla swych idei, przynajmniej w niektórych kręgach.

BNEP nie wystarczał dla realizacji wizji jego dyrektorki, głównie z powodów lokalowych. Podjęła więc walkę o stworzenie odrębnej instytucji, która będzie całkowicie poświęcona projektowaniu oraz współpracy projektantów z przemysłem. Ze wszystkich bowiem stron zaangażowanych w to zagadnienie, przemysł był tą najmniej zainteresowaną wzornictwem. W czasach niedoborów sprzedawało się dostownie wszystko, nikomu więc nie zależało na podniesieniu jakości, ergonomii, estetyki wytwarzanych towarów. Ale chodziło o coś jeszcze: przedstawiciele przemysłu bali się, że ustępując pola zewnętrznym projektantom, pozbawią się szans na wyjazdy zagraniczne po nowe wzory do produkcji.

W 1949 roku Wanda Telakowska wyjechała do Stanów Zjednoczonych oddelegowana przez ministerstwo jako przedstawicielka polskiego przemysłu z zadaniem jego promocji. Liczono, że polskie produkty na amerykańskim rynku będą kupować przedstawiciele i przedstawicielki Polonii. Choć

¹⁵⁴ Tamże, s. 322-335.

¹⁵⁵ Tamże, s. 337-338.

z wyjazdem wiązano duże nadzieje, a sama Wanda Telakowska podczas podróży nawiązała wiele istotnych kontaktów, ostatecznie po latach okazało się, że efekt jej działań był raczej znikomy¹⁵⁶. Po jej powrocie do Polski pojawiła się okazja na zdobycie funduszy na budowę nowego gmachu z miejscem na pracownię, biura, magazyny i warsztaty. Należało działać szybko, określić program działania instytucji, opracować plan budowy oraz kosztorys, a przede wszystkim pozyskać działkę¹⁵⁷:

Nie było dosłownie niczego: programu działania instytucji, planu budowy, kosztorysu. Nie było nawet działki pod budowę. Dzięki wielkiemu poświęceniu ogromnej liczby osób, które pracowały po kilkanaście godzin dziennie, udało się jednak to, co wydawało się niemożliwe. W trybie przyspieszonym przyznano im działkę na Nowym Mieście między ulicami Długą i Świętojską – wówczas było to morze ruin. Żaden zespół nie chciał się podjąć nadzoru tak karkołomnej budowy, ale dzięki osobistemu zaangażowaniu Telakowskiej oraz jej rozległym kontaktom w 1949 roku przedsięwzięcie ruszyło, a już 1 października 1950 roku otwarto pierwszy z trzech budynków Instytutu Wzornictwa Przemysłowego. Była to pierwsza tego typu instytucja w Polsce, a trzecia po ośrodkach w Sztokholmie i Londynie w Europie.

Nowopowstały budynek wyróżniał się na tle odbudowywanej po wojnie Warszawy. W pierwszych miesiącach działania IWP wewnątrz wciąż trwały prace remontowe, dało się również odczuć pionierską atmosferę. Tak swoją pierwszą wizytę w murach jednostki wspominał Stanisław Soszyński, absolwent Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie na Wydziale Architektury Wnętrz, związany z IWP w latach 1951-1969¹⁵⁸:

Wszedłem tam 1 maja 1951 r. Było ciepło. W wytynkowanych pomieszczeniach krzątali się robotnicy, na podłogach nie było posadzek, na schodach poręczy, na stropach kasetonów, ale był to cudowny ŻYWY budynek, z którego okien straszliwa panorama Długiej, Freta, Mostowej wydawała się wycinkiem czasu, który minął, obrazem który musi ustąpić.

¹⁵⁶ Julia Pańków, Lidia Pańków, *Piękno na co dzień...*, dz. cyt., s. 338-341.

¹⁵⁷ Tamże, s. 345.

¹⁵⁸ Stanisław Soszyński, *Pierwsze lata*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 90.

Samo przyjęcie do pracy nie odbyło się najlepiej. „Co pan umie? Kto może za pana poręczyć? Mieszkań nie mamy, pensja będzie mała” – personalna (a przyszło mi później z satysfakcją spotkać cztery inne osoby na tym stanowisku) była nieustępliwa.

Wytrwałem. A potem wolno, pomału, niezauważalnie, wsiąkałem w magiczną ideę „społecznej racjonalności”, wizji świata, który można stworzyć, który będzie stworzony za pomocą maszyn i od nas, tylko od nas, zależy, czy będzie on mądry, logiczny i piękny, czy też obcy, obojętny i wrogi. Pomału uczyłem się widzieć i rozumieć. A było od kogo. Kadry intelektualnej i technicznej mogła Instytutowi pozazdrościć niejedna placówka.

Sama Wanda Telakowska objęła w nowej jednostce funkcję dyrektora do spraw artystycznych. W tekście „Rodowód IWP i jego początki” z 1976 roku przytaczała rolę placówki w pierwszych latach¹⁵⁹:

Idea, której powinien służyć Instytut, polegać miała na włączaniu twórczości plastycznej w kulturę całego społeczeństwa poprzez celowe i piękne przedmioty – a także rozsądne ich zestawy – współkształtujące najbliższą warstwę materialnego środowiska człowieka. Należało im przy tym nadawać własny wyraz plastyczny, bliski autentycznym potrzebom i szczerym upodobaniom naszego społeczeństwa, a także atrakcyjny w handlu zagranicznym.

Podstawową działalnością naszej placówki miały być badania nad formą plastyczną, która stanowi scalenie wszelkich racji wynikających z rozeznania potrzeb użytkowników zarówno materialnych, jak i duchowych, a także wszelkich uwarunkowań wynikających z procesów technicznych i ekonomicznych.

Sama nazwa: Instytut Wzornictwa Przemysłowego, wskazywała na podstawowe zadanie – pracę nad formą wyrobów masowo wytwarzanych dla masowego odbiorcy. Ten społeczny aspekt wzornictwa przemysłowego decydował o wysokim stopniu odpowiedzialności za wyniki naszej pracy, za inspiracje kierowane do przemysłu. Stąd dla uzyskiwania coraz to lepszych – pod każdym względem – wzorów były konieczne nie tylko prace doświadczalne we własnych warsztatach i dociekania w zakresie techniki masowego wytwarzania. Nie wystarczało także spojrzenie na te sprawy z punktu widzenia ekonomii. Nieodzowne okazały się informacje o istotnych potrzebach ludzi – i to stale rosnących i różnicujących się – uzyskiwane na podstawie badań z zakresu fizjologii i higieny, socjologii i psychologii, a także etnografii,

¹⁵⁹ Wanda Telakowska, *Rodowód IWP i jego początki*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 10-11.

informacji z badań nad historią kultury itd. Często bez danych ergonomicznych trudno było projektować. Wiedza związana z różnorodnymi dziedzinami technologii także była konieczna.

Potrzeba podbudowywania badań nad formą plastyczną dyscyplinami naukowymi z różnych dziedzin ujawniała się stopniowo. W żadnym jednak razie nie zamierzano ograniczać tychże badań i związanych z nimi licznych doświadczeń warsztatowych. Wzornictwo bowiem – tak jak dyscypliny przyrodnicze – musi opierać się na eksperymentach.

Dla realizacji szeroko zakrojonych zadań, wynikających ze współpracy z zakładami wytwarzającymi: tkaniny, odzież, wyroby dziewiarskie, obuwie, meble, przedmioty ze szkła, z ceramiki itd. – potrzebna była kadra nie tylko plastyków. Doceniając bowiem fakt, iż dobre wzornictwo rozwijać się może tylko na pograniczu spraw kultury i życia gospodarczego, od pierwszych dni istnienia IWP obok plastyków zatrudniano także techników i ekonomistów.

W skrócie główną rolą Instytutu miało być stworzenie polskiego wzornictwa, a jego specyfika miała być wypracowana m.in. w oparciu o inspiracje sztuką ludową¹⁶⁰:

Głównym zadaniem Instytutu miało być stworzenie polskiego wzornictwa przemysłowego. Jedną z metod, ale nie jedyną, osiągnięcia własnego wyrazu wyrobów przemysłowych było dopuszczenie do projektowania wzorów dla produkcji przemysłowej, uzdolnionych plastycznie osób z różnych środowisk kraju, a szczególnie ze wsi polskiej z jej jeszcze żywą tradycyjną sztuką.

Sztuka ludowa zajmowała bowiem w sercu Wandy Telakowskiej szczególne miejsce. W kontekście wzornictwa poświęciła temu zagadnieniu dwie książki: „*Twórczość ludową w polskim wzornictwie*”¹⁶¹ z 1954 roku, a także wydaną w 1970 roku „*W kręgu chłopskiej kultury. Inwencja ludowa we współczesnej wytwórczości*”¹⁶². Założycielka Instytutu postulowała tworzenie narodowego

¹⁶⁰ Lida Buczek, *Z pisanki na tkaninę*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 63.

¹⁶¹ Wanda Telakowska, *Twórczość ludowa w nowym wzornictwie*, Wydawnictwo Sztuka, Warszawa 1954, s. 37.

¹⁶² Wanda Telakowska, *W kręgu chłopskiej kultury. Inwencja ludowa we współczesnej wytwórczości*, Nasza Księgarnia, Warszawa, 1970.

wzornictwa w oparciu o działalność kolektywów robotniczych, chłopskich i młodzieżowych. Tak odnosiła się do tego zagadnienia w pierwszej połowie lat pięćdziesiątych XX wieku w jednej z przywołanych książek¹⁶³:

Oczywiście błędem byłoby przypuszczenie, że tylko poprzez projektanckie kolektywy robotnicze, chłopskie i młodzieżowe oraz poprzez transpozycje form sztuki ludowej uzyskać można narodowy charakter wzornictwa. Na pewno nie!

Nasi plastycy, nasi technicy rozumiejący nowe życie i nowe jego potrzeby – potrafią także nadać naszym wzorom nowy charakter.

Ale wielką kulturę narodową należy tworzyć z narodem, a nie tylko dla narodu. Radość bezpośredniego jej współtworzenia nie powinna być udziałem tylko zawodowych – dyplomowanych artystów lub techników. Błędem byłoby pozostawienie twórców ludowych jakby po drugiej stronie przepaści, jaka wytworzyła się w minionym okresie między intelektualistami, artystami, pracownikami umysłowymi – a tak zwanymi „pracownikami fizycznymi”.

Dla stworzenia wielkiej nowej kultury trzeba uruchomić rezerwy talentów plastycznych wszystkich postępowych środowisk.

Obecnie w Polsce przed twórczością ludową otwierają się wielkie, szerokie drogi. Rozwój gospodarczy może zapewnić wspaniały rozkwit kultury humanistycznej. Praca maszyn stopniowo zastępuje pracę ludzi, dając im możliwość pełnego rozwoju talentów twórczych. Niech z tych możliwości korzystają wspólnie wszyscy uzdolnieni plastycznie ludzie. Niech razem kształtują nowy, własny charakter form plastycznych nowego życia i nowych dni.

Funkcjonowanie takich zespołów przywołała w swoich wspomnieniach Lidia Buczek, związana zawodowo z Instytutem Wzornictwa Przemysłowego w latach 1951-1973, która współprowadziła m.in. zespoły pisankarek lubelskich¹⁶⁴:

¹⁶³ Wanda Telakowska, *Twórczość ludowa...*, s. 37.

¹⁶⁴ Lidia Buczek, *Z pisanki na tkaninę*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 63.

Warto przypomnieć okoliczności związane z organizacją tych zespołów i przebiegiem pracy, choćby na przykładzie dwóch zespołów pisankarek lubelskich we wsiach Krzczonów i Kunów. Pisanki w tych wsiach różniły się ornamentacją, co wzbogacało nasze zadanie; Krzczonów mógł otrzymać zadanie projektowania na technikę druku maszynowego, a Kunów na technikę druku filmowego. Prowadziłam te zespoły razem z kol. Olą Lewińską. Było to głębokie, niezapomniane przeżycie dla nas obu.

Załadowałyśmy do plecaków potrzebne materiały, a więc papiery, kartony, farby, pędzle oraz rzeczy osobiste. Był to pokaźny bagaż, a Instytut nie miał wtedy samochodu. Pojechaliśmy koleją do Lublina, a stamtąd autobusem do Krzczonowa. Nie znaliśmy tam nikogo, jednak wyszukanie noclegu, a potem nawiązanie kontaktu z pisankarkami i znalezienie pomieszczenia, w którym można będzie pracować, nie było trudne, choć wieś była zdziwiona.

W jednym z domów urządziłyśmy pracownię, a w kuchni farbiarnię. Jak bardzo gospodyni i inne kobiety, była pochłonięta naszą pracą, może świadczyć dowcip jej męża. Po kilku dniach naszej działalności stanął w progu kuchni i nieśmiało powiedział do żony, że musi iść do sklepu, aby kupić garnek. „Po co?” – pyta żona. „Od paru dni jestem głodny, więc ugotuję sobie coś gorącego na obiad, a we wszystkich naszych garnkach gotują się farby do barwienia jaj”.

Początek projektowania nie wróżył dobrych wyników. Pisankarki otrzymały papier, pędzle i farby, a także wymiary raportu wzoru. Miały wielkie trudności w operowaniu pędzelkami. Wzory wypadły banalnie. Byłyśmy, przyznam, załamane.

Po nocnym przemyśleniu sprawy wpadłam na pomysł, aby do projektowania na papierze użyć tradycyjnego pisaka z woskiem, a zacząć od robienia pisanek. Rano kupiłyśmy kopę jaj, barwniki w sklepiku i zaczęło się. Potem kobiety nie miały większych trudności z przenoszeniem motywów na papier o określonym raporcie. Zamiast „pisać” wzór na powierzchni jajka, komponowały go na papierze. Pisaki wykonywały same. Potrzebne były do tego tzw. zakówki, czyli blaszane zakończenia sznurowadeł. W sklepiku właśnie nie było tego towaru. Przeszłyśmy więc przez wieś, prosząc, aby podarowano nam te zakówki; odrywano je od własnych sznurowadeł i w ten sposób powstała potrzebna ilość pisaków.

Cała wieś była zainteresowana naszą pracą. Na zakończenie urządziłyśmy wystawę, na którą przyszły dzieci ze szkoły wraz ze swoją wychowawczynią. Odżyła tradycja i szacunek dla kobiet, które ją pamiętały i umiały tak wiele. Jedna z najstarszych pisankarek, 79-letnia, była tak szczęśliwa, że przydały się jej umiejętności, że podeszła do mnie mówiąc: „Jakie jesteście dobre, że pomogliście mi jeszcze coś stworzyć. Za otrzymane pieniądze mogę sobie kupić budzik, o którym od dawna marzyłam”.

Przy pomocy mgr. Świerzego z Lublina – etnografa i działacza społecznego – udało się zrealizować w przemyśle niektóre wzory; były one potem sprzedawane w lubelskich sklepach. Miło było spotykać kobiety ubrane w suknie z tych tkanin.

Każdy następny zespół to przeżycia równie głębokie, tak że nie było mowy o zrezygnowaniu z ich prowadzenia. A była to praca ciężka, jeździło się pociągami, autobusami, dojeżdżało ciężarówkami i furmankami spotkanymi po drodze. Spało w niezbyt czystych nieraz izbach, w niezbyt czystej pościeli. Jadło przypadkowo, nieraz bardzo źle i niehigienicznie. Jak to wówczas na wsi bywało. Np. w Kunowie nie chciano nas przenocować. Trzeba było interwencji softysa, który naszą delegację „czytał” trzymając ją do góry nogami. Drapiąc się w głowę, dał zgodę na nocleg dzięki okazałemu stemplowi przy podpisie dyrektora Instytutu. „Pieczęć jest, więc wszystko w porządku” – powiedział. Mimo tych trudności, zachęcona wynikami, odnalazłam w sobie związki ze wsią moich dziadków i związałam się z tym tematem całkowicie.

Z kolei wspólnie z Tadeuszem Reindlem Wanda Telakowska wydała książki poświęcone wzornictwu i kulturze plastycznej: „Problemy wzornictwa przemysłowego”¹⁶⁵ w 1966 roku a dziewięć lat później w 1975 roku pozycję „Kultura plastyczna w życiu codziennym”¹⁶⁶, na łamach której postulowała włączenie wzornictwa do planów gospodarczych oraz konieczność estetycznego wychowania społeczeństwa¹⁶⁷:

Co robić, aby przedmioty wytwarzane dziś i w przyszłości były piękniejsze, a komponowane przez ludzi zestawy użytkowe – rozsądne i lepsze? Przede wszystkim trzeba przyspieszyć dojrzewanie powszechnej kultury plastycznej. A tego szybko nie osiągniemy, jeśli sprawy wzornictwa nie wejdą na stałe do planów gospodarczych, a wychowanie estetyczne społeczeństwa do planów kultury, oświaty, a także nauki, szkół wyższych i w problematykę postępu technicznego.

W latach pięćdziesiątych powstały kolejno trzy zakłady związane z tematyką odzieżową: Zakład Ubioru Dziecka, Zakład Ubioru Młodzieży oraz Zakład Ubioru (poświęcony dorosłym). Z zagadnieniem wzornictwa ubioru

¹⁶⁵ Wanda Telakowska, Tadeusz Reindl, *Problemy wzornictwa przemysłowego*, Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1966.

¹⁶⁶ Wanda Telakowska, Tadeusz Reindl, *Kultura plastyczna w życiu codziennym*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1975.

¹⁶⁷ Tamże, s. 48-49.

łączyło się również wzornictwo tkanin odzieżowych. W pierwszym okresie istnienia IWP kierunki w tej branży dyktowała silna grupa projektantek tkanin: Aleksandra Lewińska, Danuta Szarras, Danuta Paprowicz-Michno, Anna Nikołajczuk, Anna Wysoczyńska, Alicja Wyszogrodzka, Maria Jankowska. Po wydzieleniu z IWP Centralnego Biura Wzornictwa Przemysłu Lekkiego w 1960 roku, w strukturach Instytutu pozostał jeden ogólny Zakład Wzornictwa Ubioru, który zajął się problematyką odzieży o przeznaczeniu specjalnym, m.in. ubioru do pracy, ubioru dla osób z niepełnosprawnościami, odzieży i bielizny pościelowej dla szpitali, domów dziecka, żłobków, odzieży przedszkolnej, szkolnej¹⁶⁸. Trudy pracy badawczej w jednostce scharakteryzowała Irena Pietrusiewicz, przywołując historię badań w zakresie odzieży ochronnej dla rybaków i żaroodpornej dla hutników¹⁶⁹:

W 1964 r. w Zakładzie Wzornictwa Ubioru rozpoczęły się prace nad projektowaniem odzieży dla rybaków. Nasza kierowniczka p. Maria Sierakiewicz, znając moje żeglarskie zamiłowania, mianowała mnie kierownikiem tematu i wyraziła zgodę na wstępne badanie projektów na jachcie morskim, gdzie ogólne warunki pracy załogi, więc i użytkowania odzieży są bardzo zbliżone.

Po ustaleniu wymagań użytkowych, w zakładach przemysłu bawełnianego dobraliśmy odpowiednie na ten cel tkaniny: wytrzymałe drelichowe, wykończone przeciwbrudowo i wodoodpornie. Alina Kozłowska-Dziekońska zaprojektowała z nich kilka modeli dwuczęściowych ubrań męskich przeznaczonych do codziennych czynności na kutrach rybackich. Pierwsze egzemplarze, wykonane z różnych tkanin w naszym laboratorium krawieckim, miałam okazję badać bezpośrednio w czasie swego urlopu wypoczynkowego, który oczywiście spędzałam pod żaglami. Wstępne wnioski posłużyły do zaprojektowania nowych form i do wyboru najwłaściwszych tkanin. Według nowych projektów uszyto kilka kompletów, które teraz należało zbadać w naturalnych warunkach użytkowania na kutrach rybackich.

¹⁶⁸ Wiesława Dąbrowska-Kietek, *Problematyka ubioru w pracach IWP*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 131-132.

¹⁶⁹ Irena Pietrusiewicz, *Trudy pracy badawczej*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 140.

Przedsiębiorstwo „Koga” z Helu zgodziło się na próby na jednostkach firmowych. I tu zaczęły się schody. W sezonie letnim co miesiąc jeździliśmy z Elżbietą Zembowicz nad morze, aby obejrzeć użytkowane przez rybaków nasze „doświadczalne” ubiory, wysłuchać ich opinii, przejrzeć uwagi zapisane w książeczkach użytkowników. To znaczy spotkanie rybaków było możliwe, ale porozumienie się z nimi już nie... Jedynym wyjściem był przyjazd późnym wieczorem i nocne oczekiwania przy radiostacji. Około 3-4 nad ranem kutry wracały do bazy i wtedy mogłyśmy otrzymać istotne dla projektowania informacje. Wynikało z nich, że nasze propozycje spotkały się z wielkim uznaniem i to nie tylko ze strony polskich rybaków – na międzynarodowych łowiskach niektóre z nich zmieniły użytkowników...

Wreszcie zakończenie badań. Nasi użytkownicy uznali, że trzeba to uczcić, zostaliśmy zaproszone przez szypra Huberta na ucztę do mesy. Stół był zastawiony bogato – jedna butelka ratafii i jedna tabliczka czekolady (zakupionej w Kanale Kilońskim) dla pań, dla panów kilka butelek czystej oraz na talerzu dwie smażone flądry. Po licznych toastach, podziękowaniach i życzeniach pomyślnych wiatrów (nie cierpię ratafii, ale musiałam spełnić toast „za tych, co na morzu”) zgodnie uznaliśmy pracę za zakończoną. Oto jakie były trudy badawcze w IWP!

Wymagały te badania nieraz dużej odwagi. Np. przy projektowaniu odzieży dla robotników pracujących na tzw. stanowiskach gorących w Nowej Hucie, obserwację zachowania się odzieży w realnych warunkach użytkowania prowadziliśmy przy wielkich piecach martenowskich; badając nasze propozycje odzieży ochronnej dla przemysłu chemicznego wchodziłyśmy na hale produkcyjne w specjalnych maskach, które nas dusiły. Skrupulatne badania i analiza wniosków sprawiły, że zaproponowana przez IWP odzież ochronna dla rybaków i żaroodporna dla hutników zostały pozytywnie ocenione przez użytkowników oraz Centralny Instytut Ochrony Pracy i wdrożone do produkcji.

Oprócz prowadzenia badań i promocji wzornictwa, Instytut pełnił również funkcję reprezentacyjną. To właśnie do IWP zapraszano gości z zagranicy „[...] by pochwalić się osiągnięciami młodej gospodarki”¹⁷⁰. Witold Zaborowski, dyrektor Instytutu w latach 1953-1960, tak wspominał wizyty międzynarodowych osobistości w kierowanej przez siebie placówce¹⁷¹:

¹⁷⁰ Julia Pańków, Lidia Pańków, *Piękno na co dzień dla wszystkich*. Wanda Telakowska, [w:] Julia Pańków, Lidia Pańków, *Kreatorki. Kobiety, które zmieniły polski styl życia*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2018, s. 349.

¹⁷¹ Witold Zaborowski, *Pierwsza dekada*, [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*,

Podówczas w Warszawie nie było gdzie prowadzić wycieczek zagranicznych, ważnych zagranicznych gości. Oczywiście, można było zaprowadzić do Muzeum Narodowego, do Zachęty, no i do... IWP, w którym mieściła się wzorcownia, zawierająca bardzo duże i bardzo interesujące zbiory, powstałe w wyniku pracy twórców z zakresu tkanin, odzieży, meblarstwa, szkła, ceramiki, metaloplastyki. Do tej wzorcowni sprowadzano znakomitych gości. Pamiętam wizytę Gerarda Philippe'a, kiedy jedna z koleżanek Danuta Paprowicz-Michno, wymalowała piękny afisz z tulipanem i podpisała „Fanfan la Tulippe”, jak tytuł filmu, w którym odniósł on taki sukces. Pamiętam Renato Guttuso, wielkiego grafika włoskiego, Jeana Cassou, Rogera Vaillanda... Stykając się z takimi ludźmi człowiek nabierał niemal światowej ogłady artystycznej.

Do szczególnie znaczących i uroczystych należała wizyta belgijskiej królowej Elżbiety, małżonki bohaterskiego Króla Belgów Alberta I, wtedy od lat wdowy po tragicznej śmierci króla, który zginął podczas górskiej wspinaczki. Była też królowa Elżbieta siostrzenica słynnej Sissi, żony Franciszka Józefa. [...] Królowa, wielka miłośniczka muzyki Szopena, przyjechała do Warszawy w 1955 r. na konkurs chopinowski jako gość honorowy. Ta drobna szczuplutka kobieta, uwielbiana w swoim kraju za pełną poświęcenia i odwagi pracę sanitariuszki na froncie w czasie pierwszej wojny światowej, przybyła do IWP w otoczeniu swego dworu i w towarzystwie m.in. Jarosława Iwaszkiewicza. Żywo zaciekawiona działalnością Instytutu, z ogromnym zainteresowaniem zapoznała się z pracami projektantów i efektami realizacji ich twórczych pomysłów. [...]

Do gości związanych ze światem mody należy zaliczyć Helenę Lazareff, założycielkę i naczelną redaktor magazynu „Elle”, która w Instytucie spędziła wiele godzin.

Alicja Wyszogrodzka związana z Instytutem Wzornictwa Przemysłowego jako projektantka tkanin drukowanych w latach 1953-1960 tak wspominała początki swojej pracy w przeprowadzonej rozmowie, podkreślając, że w czasach PRL poszukiwanie inspiracji wymagało wizyt m.in. w ogrodzie zoologicznym lub botanicznym w odróżnieniu od współczesności, gdzie z pomocą przychodzą zasoby internetowe¹⁷²:

Od dziecka rysowałam, przeważnie to jakieś księżniczki, królowe, z bajek różne takie historie i później poszłam do Łodzi do Wyższej Szkoły. Grafika mnie jeszcze interesowała, ale wtedy

Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 16-17.

¹⁷² Wywiad z Alicją Wyszogrodzką, Warszawa, 4 czerwca 2022, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, w archiwum Autora.

była modna tkanina i można było po prostu... Wiadomo było, że będę miała pracę i po prostu chciałam. Interesowało mnie na początku tkactwo i druk, ale ja za bardzo niespokojna byłam, żeby po prostu osnowę z wątkiem, bawić się i przeplatać. Nie przeplatałabym, bo w ogóle bym musiała inaczej myśleć. Malowałam od zawsze i dlatego tkanina mnie drukowana bardziej interesowała, bo można było po prostu malarsko się wyżyć. Nie trzeba było się trzymać mody jaka była w danym okresie. To od zawsze było malarstwo i rysunek. Zależy, co się robiło, jeżeli się robiło dla dzieci, czy ilustracyjne, czy chustki, czy inne galanteryjne, takie obrazkowe, to trzeba było jeszcze umieć dobrze rysować. Z tym, że kiedyś było trudniej. Teraz mamy Internet i Pan chce narysować kwiatki czy psa, czy lwa to Pan bierze sobie i zobaczy, jak wygląda i później Pan go stylizuje, zależy w jakim kierunku Pan chce iść, a kiedyś ja musiałam iść do ogrodu zoologicznego albo do ogrodu botanicznego. Całą masę rysowałam kwiatków, całą masę różnych zwierząt, żeby później móc pomyśleć na ten temat, jaki zrobić wzór. Chyba trudniej było, ale więcej było do myślenia, wie pan. Tak mi się wydaje. Teraz technika poszła naprzód, to wszystko jest łatwiej po prostu. Tak mi się wydaje, że jest łatwiej. Zresztą trudno oceniać, tak jak wieki są, mijają i zawsze się coś zmienia... i po prostu skończyłam, przesłam na praktykę dyplomową, którą robiłam w Instytucie Wzornictwa i później Pani Wanda Telakowska mnie zaangażowała. Po prostu odpowiadałam jej widocznie, że przyjęła mnie do pracy, zresztą z Łodzi tam były jeszcze koleżanki, bo to właściwie tylko Łódzka Szkoła przygotowywała na tkaninę drukowaną. Tym sposobem znalazłam się w Warszawie. Mogłam zostać na uczelni, ale mama moja była z Warszawy, znalazła się tam po ślubie. Cała rodzina była w Warszawie i mamę ciągnęło ciągle do Warszawy i bardzo chciała żebym ja nie została w Łodzi, tylko żebym była w Warszawie, tak że dostałam pracę u Telakowskiej w Instytucie, bardzo się ucieszyłam i przyjechałam.

Z dniem 1 stycznia 1960 roku Instytut Wzornictwa Przemysłowego podporządkowano bezpośrednio Urzędowi Rady Ministrów jako instytut międzyresortowy, a Minister Przemysłu Lekkiego powołał Centralne Biuro Wzornictwa Przemysłu Lekkiego. Zatrudnione osoby mogły zdecydować, czy chcą pozostać w IWP, czy CBWL¹⁷³. Alicja Wyszogrodzka zdecydowała o przejściu do nowopowstałej jednostki, gdzie pracowała do 1991 roku jako projektantka, główny specjalista ds. wzornictwa tkanin służących do

¹⁷³ Ludwik Zajączkowski, *Wspomnienia o profesor Wandzie Telakowskiej i kierownictwie IWP* [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 39.

wyposażenia wnętr i rzeczoznawca¹⁷⁴. Podczas rozmowy przyznała, że bardzo dobrze wspomina panującą w Instytucie atmosferę oraz osobę Wandy Telakowskiej, która w dosyć oryginalny sposób dodawała odwagi swoim podopiecznym¹⁷⁵:

W 1955 roku pracowałam już w Instytucie. W 1960 roku Instytut podzielił się na dwie instytucje, powstało Centralne Biuro Wzornictwa Przemysłu Lekkiego i ja wtedy, nie tylko ja, ale większość nas, które chciały projektować, a nie zajmować się pracą naukową, wolałyśmy projektować, więc myśmy wszyscy prawie przeszli do CBWL, po prostu. Masę tam było, bo i po warszawskiej, później tam byli graficy, byli malarze. To było chyba jedyne takie środowisko po wojnie, gdzie plastyków było tak dużo. No jeszcze w fabrykach, były fabryki, tam były komórki wzorujące. Każda fabryka miała komórkę wzorującą, gdzie ludzie projektowali wzory i... wszyscy byli po studiach. Nie było takich osób bez studiów, projektantów. To samo w odzieży było, koleżanki moje, które projektowały w Łodzi i tu w Warszawie, w Corze, w Modzie Polskiej czy gdzieś, po studiach wszyscy. [...] Ja w ogóle wspominam bardzo miło okres tamten mój, lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte, studia i później Instytut. W Instytucie mieliśmy, uważam, że świetną pracę, dlatego że tam, oprócz tego, że się projektowało, to była sztaluga, można było malować w międzyczasie. Poza tym były wykłady dodatkowe różnych profesorów. I właśnie tam zaczęliśmy chodzić, bo mężczyźni też byli, koledzy też byli, rysować, malować do zoologicznego, zbierać materiały po prostu jak trzeba było do jakiegoś tematu. Bardzo wspominam miło Panią Wandę Telakowską, myśmy się bardzo dużo od niej nauczyły, to była genialna osoba, wymagająca bardzo. Pamiętam jak na początku, byłam później w komisjach przemysłowych, brałam udział i pierwszy raz pojechała ze mną, ja od tkanin wewnętrznych, a druga koleżanka od tkanin odzieżowych, to ona powiedziała tak: „Albo wypłyniesz albo nie wypłyniesz!” i koniec. Przecież myśmy się bały, bo ile myśmy miały lat? Dwadzieścia parę lat! Człowiek się denerwował nagle zabierać głos i brać udział w komisjach i przyjmować wzory do produkcji. Nie tylko ja, do każdej tak powiedziała: „Albo wypłyniesz albo się utopisz!” i mądrze mówiła, bo wyptywaliśmy jakoś, wszystkim nam się udało.

W rozmowie pojawił się również wątek technicznej przepaści między Wschodem i Zachodem. Projektantka wspominała moment, kiedy na

¹⁷⁴ Danuta Paprowicz-Michno, Alicja Wyszogrodzka, *Pracownia Tkanin w latach 1953-1960* [w:] Danuta Hanna Swirida (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 89.

¹⁷⁵ Wywiad z Alicją Wyszogrodzką, dz. cyt.

zagranicznych targach w latach siedemdziesiątych XX wieku zobaczyła pierwszy komputer, który umożliwiał drukowanie na tkaninach dowolnych wzorów¹⁷⁶:

Pamiętam jak po raz pierwszy na targach zobaczyłam komputer. Wie pan, ja się trochę... też trochę się człowiek głupio czuł, bo myśmy byli z innego obozu. Myśmy tak, tam występowali, jak ubodzy krewni i człowiek nie chciał, żeby rozpoznali, że człowiek jest ze Wschodu, to się nie przyznawał do tego, że... skąd ja jestem. Chodziłam z koleżanką, która już wtedy chyba była profesorem w Łódzkiej Szkole Wyższej, to ona cały czas do mnie po francusku. Jak tylko ktoś się zbliżał, że my po prostu, że nie jesteśmy ze Wschodu, bo człowiek głupio się czuł, bo myśmy, masę rzeczy nie widzieli, a tam nagle człowiek otworzył oczy. No i pamiętam ten komputer. Każdy tam podchodził, właśnie ze Wschodu przeważnie i robił sobie portret. Nie pamiętam jakie to było. W każdym razie wyświetlało i tkano i można było od razu mieć kawałek tkaniny albo druk taki. [...] Ja pamiętam wtedy jak się głupio człowiek czuł. Później to już nie, bo później, czym dalej jeździłam, przez tyle lat jeździłam, to później się już zmieniło. [...] Ojejku, to był okres, technicznie okres to był okropny, i Wschód i Zachód, że byliśmy tak podzieleni.

Jedna z zabawniejszych anegdot opowiedzianych przez projektantkę dotyczyła opracowywanych kart kolorów obowiązujących w danym sezonie i ich nazewnictwa¹⁷⁷:

Kolor Nomadów na przykład. Ja pamiętam jak... bo koleżanki były u nas, które opracowywały karty kolorów, którymi się musiano posługiwać w przemyśle na dany okres i mieliśmy wiadomości z Izby Wełny z Gdyni i z Zachodu z Francji, z tych głównych instytucji, które się zajmują kolorem. Mieliśmy od nich, oprócz tego, że na papierze wydruki kolorów, to jeszcze były określenia i te określenia np. kolor Nilu, no i teraz koleżanka siedziała i mówi: „Kolor Nilu!”. Jaki ona ma zrobić kolor Nilu, żeby przekazać to dalej? Do dziś pamiętam i takie były właśnie określenia.

Na stronie internetowej historia Instytutu została przedstawiona z podziałem na siedem okresów¹⁷⁸:

¹⁷⁶ Tamże.

¹⁷⁷ Tamże.

¹⁷⁸ *Historia*, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, online: <https://instytutwzornictwa.com/historia/> [dostęp: 23 października 2024].

- 1950–1960 – IWP wśród pierwszych w powojennej Europie placówek promujących wzornictwo;
- 1960–1971 – Wyspecjalizowana instytucja prowadząca kompleksowe badania, doradztwo i projektowanie dla gospodarki;
- 1972–1980 – IWP jako jednostka naukowo-badawcza;
- 1980–1991 – IWP stawia na ergonomię i upowszechnianie;
- 1992–2000 – Program Dobry Wzór jako odpowiedź na potrzeby gospodarki rynkowej;
- 2000–2006 – Rozwój badań ergonomicznych;
- 2006–2020 – IWP doradcą dla przedsiębiorstw i administracji.

W latach sześćdziesiątych Instytut stał się placówką międzyresortową, podlegał Urzędowi Rady Ministrów (1960–1965), a następnie Komitetowi Nauki i Techniki (1965–1968) i Centralnemu Urzędowi Jakości i Miar. Merytorycznie nadzorowała go Rada Wzornictwa i Estetyki Produkcji Przemysłowej, powołana w 1959 roku. W 1966 roku oddano do użytku kolejny budynek wzdłuż ulicy Świętojerskiej (5/7). Zatrudniano setki projektantów prowadzących prace badawcze i projektowe na potrzeby wielu branż. Zajmowano się wyposażeniem mieszkań, miejsc pracy, zakładów gastronomicznych i budynków użyteczności publicznej z uwzględnieniem zasad tzw. projektowania kompleksowego. Prężnie działał Zakład Wzornictwa Środków Transportu i Wzornictwa Aparatury Pomiarowej. Powstały nowe komórki: Zakład Badań Ergonomicznych, Zespół Barwy i Światła, Pracownia Środowiskowych Inwencji Plastycznych oraz Zakład Sterowania Jakością.

Od 1972 roku Instytut jako jednostka naukowo-badawcza wzornictwa przemysłowego podlegał ministrowi nauki, szkolnictwa wyższego i techniki. Rozszerzono działania placówki o analizowanie potrzeb społecznych, gospodarczych i kulturowych, określanie wymagań użytkowych i estetycznych oraz doskonalenie projektowania wzorów z uwzględnieniem zasad ergonomii. Badano środowisko zamieszkania oraz pracy – m.in. Zakład Struktur Użytkowych badał wpływ zjawisk i sytuacji społecznych na strukturalne

i funkcjonalne właściwości mieszkań. W 1975 roku utworzono Ośrodek Studialno-Projektowy Kultury Mieszkania, który zajmował się opracowaniem wzorców w zakresie wykończenia i wyposażenia mieszkań. Powołano również Zakład Podstawowych Problemów Wzornictwa Ubioru do Pracy, zajmujący się typizacją i unowocześnieniem w zakresie odzieży roboczej i ochronnej. W 1972 roku wydano „Mały atlas antropometryczny dorosłej ludności Polski dla potrzeb projektowania”¹⁷⁹, a rok później „Fantomy płaskie dla potrzeb projektowania”¹⁸⁰. Obie publikacje zawierały wyniki prac Zakładu Badań Ergonomicznych.

W latach osiemdziesiątych jednostka podlegała Urzędowi Postępu Naukowo-Technicznego i Wdrożeń. Prowadzono pomiary antropometryczne i biomechaniczne, których wyniki wykorzystywano w projektowaniu przestrzeni pracy i elementów wyposażenia. Badano wyroby do wnętrz mieszkalnych: kuchnie wraz z wyposażeniem, meble dla dzieci, szkło, ceramikę, materiały wykończeniowe. Realizowano socjologiczne badania potrzeb, przestrzeni i funkcji. Poświęcano wiele uwagi osobom niepełnosprawnym w zakresie projektowanych dla nich wnętrz, sprzętów oraz ubrań. Opracowano wzornik barw, a także dokumentację odzieży roboczej i ochronnej. Organizowane za granicą wystawy przyciągały tłumy zainteresowanych, a pokazywane w Polsce wzornictwo zagraniczne (m.in. duńskie, fińskie, holenderskie, włoskie) budziło podziw i zazdrość. Z kolei oferowane w instytutowej galerii produkty, m.in. dywany, płytki, sprzęt RTV i AGD, przyciągały tłumy zainteresowanych konsumentów.

Instytut przetrwał systemowe przemiany. Od 1992 roku podlegał ministrowi przemysłu i handlu, a następnie ministrowi gospodarki, kontynuując swoją

¹⁷⁹ Anna Batogowska, Stanisław Górny, *Mały atlas antropometryczny dorosłej ludności Polski dla potrzeb projektowania*, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Pracownia Antropometrii Zakładu Antropologii PAN, Warszawa 1972.

¹⁸⁰ Anna Batogowska, Jerzy Słowikowski, *Fantomy płaskie dla potrzeb projektowania*, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Warszawa 1973.

misję promocji wzornictwa jako istotnego czynnika kształtującego jakość produktu. Od 1993 roku realizowany jest program Dobry Wzór w formie corocznych konkursów, w ramach których nagradzane są najlepsze polskie produkty, następnie prezentowane na wystawach pokonkursowych. W 1998 otworzono pierwszą wystawę Design Młodych jako promocję młodych projektantów i formę pomocy w pierwszych kontaktach z producentami. Od początku 2008 roku Instytut Wzornictwa Przemysłowego działa jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, w której udziałowcem większościowym jest Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. Wszystkie działania zostały uporządkowane w trzy nurty: upowszechnianie wzornictwa, edukację oraz projekty doradcze, jak również badania nad obszarami zarządzania wzornictwem i wdrażania nowego produktu oraz ergonomii i biomechaniki.

5. Kulturotwórcza rola PRL-owskich subkultur

Ubrania, biżuteria, obuwie, akcesoria – wszystko to, co nosimy na co dzień jest formą komunikatu. Może również stać się manifestem poglądów politycznych czy wewnętrznych przekonań noszącej je osoby. Elementy ubioru często zyskują znacznie polityczne. W czasach PRL tak stało się ze wspomnianymi w trzecim rozdziale opornikami, które w latach osiemdziesiątych wpinano w ubrania jako symbol poparcia dla działań „Solidarności”. Wielu projektantów oraz twórców wykorzystuje intencjonalnie modę, by demonstrować swoje poglądy. Przykładem stała się Vivienne Westwood związana z ruchem punk. W ostatnich latach życia brytyjska projektantka aktywnie zaangażowała się w działania o charakterze proekologicznym, wykorzystując w tym celu głos i wizerunek sygnowanej własnym nazwiskiem marki¹⁸¹. Subkultury przynależne do kontrkultury w XX wieku zyskiwały silne polityczne znaczenie, które w PRL-owskich realiach było wzmacniane przez zainteresowanie nimi ze strony komunistycznych władz¹⁸²:

Szczególne znaczenie te młodzieżowe ruchy zyskały w Polsce czasów realnego socjalizmu, co wynikało z zainteresowania nimi, jakie przejawiały komunistyczne władze. Znaczenie to wyczerpane zostało wskutek przemian politycznych po roku 1989.

W tym rozdziale scharakteryzowano trzy ruchy subkulturowe, które w PRL były najsilniej obecne, czyli kolejno ruch: bikiniarski, hipisowski oraz punkowy. Rozdział powstał w oparciu o artykuł „Moda zaangażowana – ubiór jako manifest”¹⁸³ opublikowany w 2016 roku w zbiorze „Społeczno-polityczne inspiracje w kulturze i sztuce wizualnej”, którego celem było omówienie

¹⁸¹ Michał Wójciak, *Moda zaangażowana – ubiór jako manifest*, [w:] Łukasz Jureńczyk, Joanna Szczutkowska (red.), *Społeczno-polityczne inspiracje w kulturze i sztuce wizualnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2016, s. 146-147; Vivienne Westwood, *The First Political And Climate Change Luxury Brand*, Luxiders Magazine, online: <https://luxiders.com/vivienne-westwood/> [dostęp: 15 sierpnia 2024].

¹⁸² Tamże, s. 132.

¹⁸³ Michał Wójciak, *Moda zaangażowana...*, dz. cyt.

związków mody i polityki w kontekście wskazanych w pierwszym akapicie sfer: elementów ubioru, twórczyń i twórców mody oraz właśnie subkultur.

Charakterystyczny dla lat pięćdziesiątych XX wieku ruch bikiniarski uznaje się za pierwszą polską subkulturę. Odważny styl bikiniarzy inspirowany amerykańską kulturą, budził opór władz oraz zwolenników socjalistycznej ideologii (co zresztą charakterystyczne jest dla wszystkich ruchów subkulturowych w Polsce Ludowej)¹⁸⁴:

Bikiniarze byli pierwszą polską subkulturą. Nosili szerokie marynarki, wąskie spodnie z kantem, kolorowe skarpetki, krzykliwe krawaty i buty na „słoninie”, czyli grubej gumowej podeszwie. Włosy zaczesywali do tyłu. Kontrowersyjny wygląd bikiniarzy budził sprzeciw ówczesnej władzy. Ich towarzyszkę, nazywane kociakami albo równymi babkami, nosiły mocno rozkloszowane, skrojone z koła spódnice na sztywnej halce i baleriny przerobione z tenisówek. Miały kunsztownie natapirowane włosy, starannie ufryzowane grzywki przewiązane kolorowymi chustkami albo wysoko zawiązane końskie ogony.

Według Zdzisława Zblewskiego bikiniarze poprzez swój charakterystyczny ubiór wyrażali: „[...] swój nonkonformistyczny stosunek do rzeczywistości [...]”¹⁸⁵. Zdaniem Maćka Chłopa bikiniarstwo było egzotycznym fenomenem społecznym, kulturowym i obyczajowym w Polsce okresu stalinowskiego, na który składała się sama subkultura oraz tzw. kultura bikiniarska jako jej bezpośredni efekt¹⁸⁶. Krzysztof Kosiński określił bikiniarstwo jako swoisty styl życia¹⁸⁷. Jego podstawą była fascynacja muzyką jazzową oraz kulturą amerykańską pokolenia '52¹⁸⁸.

¹⁸⁴ Anna Grala, *Co wpływało na modę w PRL?*, [w:] Marzena Wiśniak, Magdalena Gonera (red.), *Miasto – Moda – Maszyna. Katalog wystawy stałej*, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, Łódź 2023, s. 108.

¹⁸⁵ Zdzisław Zblewski, *Leksykon PRL-u*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2001, s. 19.

¹⁸⁶ Maciej Chłopek, *Bikiniarze. Pierwsza polska subkultura*, Wydawnictwo Edukacyjne Żak, Warszawa 2005, s. 38.

¹⁸⁷ Krzysztof Kosiński, *Oficjalne i prywatne życie młodzieży w czasach PRL*, Rosner i Wspólnicy, Warszawa 2006, s. 386.

¹⁸⁸ Maciej Chłopek, *Bikiniarze...*, dz. cyt., s. 38.

Źródłem estetycznym ruchu był styl *zoot suit*, który wyłonił się w latach czterdziestych XX wieku wśród czarnoskórych miłośników muzyki jazzowej, z czasem zyskując również popularność wśród młodych osób pochodzenia meksykańskiego. *Zoot suiters* nosili marynarki z szerokimi klapami oraz mocno zaakcentowanymi ramionami, spodnie z podwyższoną talią, zwężane od linii kolan, kamizelki, krawaty oraz muszki. Jeżeli koszula była rozpięta, jej kołnierz wykładano na klapy marynarki. Obowiązkowy dodatek stanowił kapelusz z szerokim rondem. W podobnym czasie w Stanach Zjednoczonych pojawiła się subkultura hipsterów – białych zafascynowanych jazzem oraz bitników związanych ze środowiskami artystycznymi (m.in. Jack Kerouac, Allen Ginsberg). Te inspiracje wpłynęły na pojawienie się podobnych ruchów młodzieżowych w Europie, m.in. *zazous* we Francji oraz *teddy boys* w Wielkiej Brytanii. Ukształtowanie się podobnej formacji w Polsce było tylko kwestią czasu¹⁸⁹. W innych krajach socjalistycznych funkcjonowały pokrewne subkultury: *malagambiści* w Rumunii, *styladzy* w Związku Radzieckim czy *potapka* w Czechosłowacji. Z kolei w Polsce nazwy różniły się pomiędzy regionami: *eki* w Poznaniu, *biglarz* we Wrocławiu, *dżoller* lub *dżolo* w Krakowie¹⁹⁰. Za źródło określenia „bikiniarz” uważa się krawat typu bikini na którym pojawiały się charakterystyczne motywy hawajskie i karaibskie¹⁹¹:

Wdzięczna nazwa nadwiślańskiego hipstera wzięła się od Atolu Bikini, na którym w 1946 r. Amerykanie przeprowadzali testy atomowe. Zdjęcie powstałej po wybuchu chmury zaczęto masowo drukować nie tylko w gazetach, ale też... na krawatach. Często malowano je ręcznie, dodając kolejne atrakcyjne elementy. Klasyczny obrazek składał się z wysepki z palmą, opalającej się nagiej kobiety i atomowego grzyba w tle. Efektowne krawaty trafiały z Chicago na Podkarpacie, z Bostonu do Poznania – przysyłane w paczkach przez krewnych zza Oceanu. Obdarowanym mieszkańcom PGR-ów krawaty typu bikini nie przypadły do gustu –

¹⁸⁹ Witold Wrzesień, *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 63-98.

¹⁹⁰ Kalina Błazejowska, *Jaskółka na szklanej wodzie*, Tygodnik Powszechny, 10 września 2010, online: <https://www.tygodnikpowszechny.pl/jaskolka-na-szklanej-wodzie-142933> [dostęp: 10 sierpnia 2024].

¹⁹¹ Tamże.

odsprzedawali je handlarzom razem z resztą zawartości paczek. Ubrania pojawiały się wkrótce na wielkomiejskich bazarach po zawrotnych cenach. Stroniąca od waciaków i śniegowców młodzież „burżuazyjna” (czy raczej partyjna, bo na bikiniarstwo stać było głównie dzieci dygnitarzy) gotowa była zapłacić wiele za metkę z baśniowym nadrukiem „made in USA”. Krawaty na gumce stały się bazarowym hitem, czy to na warszawskim placu Różyckiego, czy na krakowskiej „tandecie”. W cenie były wszelkie niedorzeczne wzory: oprócz nagich kobiet ocienionych wybuchem jądrowym pojawiały się na nich także żmije zygzakowate, małpy, jachty i złote kółka.

Ryszard Janas, który przez większość zawodowego życia związany był z Programem Trzecim Polskiego Radia nie mogąc sobie pozwolić na zakup modnego bikiniarskiego wzorzystego krawatu, sam postanowił samodzielnie namalować odpowiedni wzór na gładkim krawacie¹⁹²:

Podziwiałem warszawskich bikiniarzy: byli starsi ode mnie, kolorowo ubrani, trzymali fason. Chciałem się do nich choć trochę upodobnić. Wtedy w handlu można było kupić krawaty-krajki: wełniane w paseczki brązowo-żółte. Tymczasem bikiniarze nosili na krawatach rozmaite wzory: dziewczyny, papugi, małpy. Takie krawaty można było kupić na bazarach, jednak drogo kosztowały, więc nie było mnie na nie stać. Ale... zawsze lubiłem malować i dobrze mi to wychodziło. Mam wyrobioną rękę – zanim skończyłem studia pracowałem jako m.in. kreślarz. Postanowiłem więc, że sam sobie go zrobię. Kupiłem normalny, bordowy krawat w sklepie, na nim farbami olejnymi wymalowałem, kopiując gdzieś podpatrzony wzór, papugę w pięknych kolorach: czerwonym, zielonym... Krawacik miałem więc pierwsza klasa!

Bikiniarstwo traktowano jednoznacznie jako zagrożenie dla socjalistycznego systemu. Wyszadzano i wykpiwano ich charakterystyczny styl, a w mediach przedstawiano jako chuliganów i przestępców. Przykładem stał się słynny proces „chuliganów z Falenicy” z 1951 roku, relacjonowany jako „proces bikiniarzy”. Oskarżeni zostali postawieni przed Wojskowym Sądem Rejonowym w Warszawie w związku z serią napadów rabunkowych. Zasądzono surowe wyroki: kary śmierci dla Zbigniewa Burmajstra i Hieronima Wysockiego oraz długoletnie kary więzienia dla pozostałych członków¹⁹³.

¹⁹² Agnieszka L. Janas, *Dandysi i dżentelmeni...*, dz. cyt., s. 53.

¹⁹³ Maciej Chłopek, *Bikiniarze...*, dz. cyt., s. 125.

Celem procesu było zwrócenie uwagi opinii publicznej na problem bikiniarstwa jako źródła przestępczości¹⁹⁴:

Proces „bikiniarzy”, jak nazwała go ówczesna prasa, był procesem pokazowym, miał więc za zadanie przedstawić oskarżonych jako ofiary zgubnego wpływu kultury amerykańskiej na młodzież, ale też surową karą odstraszyć ewentualnych naśladowców. Prokurator i sąd wywiązali się z zadania doskonale. Oskarżonych przedstawiano jako „gangsterów” wywodzących się ze środowiska hołdującego zasadom „amerykańskiego stylu życia”.

Bikiniarstwo znalazło się na cenzurowanym w całym kraju. Organizowano tzw. masówki oraz zebrania z udziałem robotników oraz młodzieży, podczas których potępiano ten ruch subkulturowy oraz chuligaństwo. Z bikiniarzami walczyli członkowie Związku Młodzieży Polskiej (ZMP) oraz Milicja Obywatelska. Podczas ulicznych patroli poszukiwano bikiniarzy, obcinano im długie włosy i krawaty, zaś kobietom rozpruwano spódnice. W trakcie zabaw wyławiano ich z tłumu i bito. Podejrzenie o bikiniarski styl życia mogło się również stać podstawą wyrzucenia ze szkoły, pracy czy studiów. Na jednej z narad aktywistów ZMP w listopadzie 1952 roku, tak relacjonowano walkę członków organizacji z bikiniarzami¹⁹⁵:

U nas jest dużo lokali. I tam na dancingach te bażanty znajdują swoją rozrywkę. Do tych lokali nocnych kierujemy specjalne ekipy Z[arządu] M[iejskiego] ZMP, które wyławiają tych bażantów. Możemy sobie takich bażantów zobaczyć i wyszydza się ich w oczach całego społeczeństwa będącego na zabawie. Taki bażant rumieni się, wstydzi i kiedy zaczynają się ludzie ruszać do tańca tego bażanta już nie ma. Ten system daje u nas dobre wyniki. Kiedy ostatnio były takie ekipy, to nie zdarzyło się, aby taki elegant, w krótkich spodniach, w malowanym krawacie w mały czy papugi, przyszedł do nocnego lokalu. To odniosło dobry wpływ.

Krytyczny portret subkultury został pokazany w jednym z odcinków Polskiej Kroniki Filmowej z 1953 roku „Operator was podpatrzył”. Kolejne ujęcia

¹⁹⁴ Zbigniew Romek, *Walka z „amerykańskim zagrożeniem” w okresie stalinowskim*, „Polska 1944/45–1989. Studia i Materiały”, V/2001, s. 189.

¹⁹⁵ AAN, ZG ZMP, sygn. 451/V -149, k. 240, Krajowa Narada Aktywu Szkolnego. Stenogram, 17-18 listopada 1952 r., [za:] Zbigniew Romek, *Walka z „amerykańskim zagrożeniem” w okresie stalinowskim*, „Polska 1944/45–1989. Studia i Materiały”, V/2001, s. 200.

przedstawiają jadące tramwaje obwieszone ludźmi oraz bikiniarzy grających w karty i przechadzających się ulicami miasta. Komentarz lektora (w tej roli Andrzej Łapicki) stanowi ironiczny portret subkultury i nie pozostawia wątpliwości co do negatywnego stosunku władzy ludowej do osób sympatyzujących z ruchem¹⁹⁶:

Przyjemnie jest czepiać się buforów, tarasować wejście do tramwaju i śmiać się z konduktora, który prosi o wykupienie biletu. Niech inni nudzą się w szkołach i biją rekordy na nowych budowach. Nas nikt nie nabije w butelkę. Karty, wódka, plugawe dowcipy i łobuzerskie wybryki – to się nazywa prawdziwe życie! Człowiek może unikać mydła, ale plereza i baczki to legitymacja zachodniej kultury. Czy istnieje coś piękniejszego niż krawat w gołe girlsy à la Hollywood? Półbuty na pięciocentymetrowej stoninie i skarpetki sing-sing to dalsze atrybuty męskiej elegancji. Kapelusz systemu „naleśnik” świadczy o duszy subtelnej i wrażliwej na piękno. Bikiniarz, dzoler, chuligan – nazwy różne, ale zjawisko to samo. Bikiniarzy nie wystarczy lekceważyć, trzeba ich otoczyć powszechną pogardą i pędzić precz.

Dla kontrastu w drugiej części filmu w pozytywny sposób przedstawiono młodzież z warszawskiego klubu sportowego Stal, która wyszydza i przegania z boiska ubranego w bikiniarskim stylu chłopaka, by rozpocząć sportowy trening. W tym samym roku premierę miała również komedia „Sprawa do załatwienia” (reż. Jan Rybkowski, Jan Fethke, Polska, 1953 rok), w której Adolf Dymśa wcielił się m.in. w rolę ucharakteryzowanego na bikiniarza naciągacza¹⁹⁷:

[...] amerykańska moda jest przedmiotem kpin narratora, a paniusie zachwycające się byle ciuchem pochodzącym stamtąd są negatywnym kontrastem bohaterki filmu – Zosi, skromnie ubranej przodownicy pracy z zakładów obuwniczych. Przeszkadzaczem społecznym jest karykaturalnie przedstawiony bikiniarz-naciągacz (w tej roli Adolf Dymśa), sprzedający po znacznie zawyżonej cenie bilety na mecz bokserski.

¹⁹⁶ PKF 17/53 *Operator was podpatrzył* (reż. Helena Lemańska, Polska, 1953), Repozytorium Cyfrowe Filmoteki Narodowej, online: <http://repozytorium.fn.org.pl/?q=en/node/7499> [dostęp: 11 sierpnia 2024], [za:] Justyna Kowalska, *Trendy w modzie „robotniczej” w PKF*, „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiety”, nr 2 (15) 2023, s. 133-134.

¹⁹⁷ Anna Pelka, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2007, s. 27-28.

Poddane analizie wypowiedzi czytelników ze „Sztandaru Młodych” z lat 1951-1952 poświęcone bikiniarzom ujawniły kreowany obraz członków subkultury jako nie tylko chuliganów, ale wręcz zdrajców i dywersantów. Nie tylko władza, ale również całe społeczeństwo czuło się w obowiązku to zagrożenie zwalczać. W publikowanych wypowiedziach znajdowały się również głosy samych zainteresowanych, jednak zdaniem Macieja Chłopka zabieg ten miał na celu pozorną obiektywizację kampanii propagandowej wymierzonej w środowisko bikiniarskie¹⁹⁸. Wraz z upowszechnieniem się stylu ubierania się bikiniarzy w drugiej połowie lat pięćdziesiątych XX wieku, krytyczna nagonka osłabła. Subkultura straciła swój egalitarny charakter i uległa umasowieniu. Po bikiniarsku zaczęli się bowiem nosić już nie tylko przedstawiciele młodzieży inteligenckiej z dużych ośrodków miejskich, ale również robotnicy z dużych zakładów pracy. Nie chcąc prowokować szerszych środowisk, odbierano bikiniarstwu znamiona działania o charakterze politycznym¹⁹⁹.

Od połowy lat sześćdziesiątych do połowy lat siedemdziesiątych XX wieku funkcjonowała w Polsce subkultura hipisowska. Za umowny początek jej pojawienia uznaje się 1967 rok, kiedy w prasie, m.in. „Forum” czy „Przekroju”, ukazały się pierwsze artykuły o hipisach. Natomiast przedstawiciele ruchu pojawili się w Polsce już wcześniej w Krakowie i Warszawie, stąd popularna anegdota, że hipisi o tym, że są hipisami dowiedzieli się z gazet²⁰⁰. Podobnie jak w przypadku bikiniarzy również subkultura hipisowska miała swoje źródła w amerykańskiej kulturze. Subkultura hipisowska w Stanach Zjednoczonych wykrystalizowała się ok. 1965 roku w wielu miejscach, ale za główny ośrodek uznaje się San Francisco, gdzie

¹⁹⁸ Maciej Chłopek, *Bikiniarze...*, dz. cyt., s. 153-155.

¹⁹⁹ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL. Opór, kreacja, imitacja*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013, s. 79.

²⁰⁰ Tamże, s. 82.

rozwijająca się scena psychodelicznego rocka. Tak o początkach ruchu pisała Aldona Jawłowska w książce „Drogi kontrkultury” wydanej w 1975 roku²⁰¹:

Pierwsze grupy hipisów pokazały się w USA w latach 1964–1965, a więc wtedy, gdy ruch kontestacji zaczął narastać na uniwersytetach i gdy wyraźnie zaktywizowała się młodzież kolorowa. W początkowej fazie między grupami tymi nie widać było wyraźnego współdziałania, wiele z nich jednak już wtedy podejmowało próby sformułowania własnych programów i sprecyzowania kierunków krytyki zinstytucjonalizowanej kultury. Wypowiedzi ich drukowane były w młodzieżowej prasie, upowszechniane za pomocą ulotek, widowisk happeningowych, tekstów piosenek. Już w pierwszych latach ruch Hippies wyłonił aktywistów i przywódców, którzy odegrali dużą rolę w wydarzeniach późniejszych, stając się postaciami reprezentatywnymi dla całej kontestacji w USA, a także i innych krajach.

W kolejnych latach ruch zyskiwał na sile, stopniowo się rozrastając oraz zyskując na popularności dzięki muzykom hołdującym określone stylowi życia. Niebagatelną rolę odgrywała również prasa²⁰²:

Komuny ruchu zaczynają się rozrastać w roku 1966, głównie w Kalifornii, a styl życia zostaje upowszechniony przez sławnych piosenkarzy, zespoły muzyczne, a także trochę przez oficjalną prasę, która zaczyna interesować się ruchem. Tłumy młodzieży tej orientacji ściągnęły do Haight-Ashbury w roku 1967. Hipisi wydają już swe gazety. Najbardziej znani przywódcy: Jerry Rubin, Dave Dellinger i Abbie Hoffman, nawiązują kontakty z innymi organizacjami kontestacyjnymi. Następuje przyspieszenie procesu samookreślenia ruchu. Hipisi głoszą teraz hasła opanowania świata przez nową kulturę, nazywają się „szczepem” lub „nowym narodem”. Zaczynają się masowe wędrowki młodzieży na Wschód, w stronę Indii, Afganistanu, Iranu. Co roku policja europejska zatrzymywała w tych latach około 10 000 hipisów wędrujących w poszukiwaniu inspiracji tworzenia nowej kultury i narkotyków wzbogacających jej wizję. Ruch przenosi się do innych krajów, głównie do Anglii i Holandii.

Formowaniu się ideologicznego programu towarzyszyło również wyłonienie się specyficznej stylistyki bogatej w odniesienia do kultury Indian i kultury Wschodu m.in. Indii i Nepalu. Noszono t-shirty, koszule, jeansowe lub skórzane kurtki oraz charakterystyczne modele obuwia, m.in. sztyblety (z angielskiego określane mianem *beatle boots*) czy zamszowe trzewiki marki

²⁰¹ Aldona Jawłowska, *Drogi kontrkultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, s. 149.

²⁰² Tamże, s. 153.

Clarks (ang. *desert boots*). Ważne były dopełniające całość akcesoria: opaski na włosy, kapelusze, biżuteria z koralików. Pojawiały się zdobienia złożone z frędzli, wykorzystywano również efekt farbowania odzieży²⁰³.

Zarówno hipisi amerykańscy jak i zachodnioeuropejscy wyrażali sprzeciw wobec kapitalistycznego ładu. Tym samym, z uwagi na brak tego systemu w Polsce, w lokalnych warunkach subkultura hipisowska zyskała charakter wolnościowy, przy czym wolność tą utożsamiano z kulturą zachodu – odrzuceniem szarości, siermiężności i opresyjności socjalizmu. Siłą stylu hipisowskiego w Polsce był zatem nie jego antykapitalistyczny charakter, ale zachodnie pochodzenie i fakt, że symbolizował upragnioną wolność²⁰⁴. Z pozoru styl hipisowski w dużej mierze oparty na przeróbkach oraz idei „zrób to sam” wydawał się dość łatwy do adaptacji w rodzimych warunkach. Jednak Marek Sipowicz – poeta, filozof, autor książek, hipis w czasach PRL przywołał we wspomnieniach, jak próbował zdobyć modne spodnie dzwony²⁰⁵:

Największą udręką dla mnie było zdobycie rozszerzanych spodni, tzw. dzwonów. Na Marchlewskiego był prywatny krawiec, któremu tłumaczyłem, jak mają wyglądać nogawki. Gdy poszedłem odebrać zamówienie, to okazało się, że nogawki są równe, ale i tak musiałem zapłacić za usługę. Nie mieściło mu się w głowie, że mogą one wyglądać inaczej niż tak, jak szyl zawsze. Zdarzali się w Warszawie krawcy, którzy dobrze szyli dzwony, ale wielu z nich nie mogło tego kroju zrozumieć! Najpiękniejsze rozszerzane spodnie miała grupa „Romuald i Roman”.

W dalszej części wypowiedzi zwrócił uwagę, że w Polsce styl hipisowski mocno łączył się z motywami ludowymi, a pod wpływem popularyzacji zyskiwał większe przyzwolenie społeczne²⁰⁶:

²⁰³ Witold Wrzesień, *Krótką historia...*, dz. cyt., s. 152-154.

²⁰⁴ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL...*, dz. cyt., s. 82.

²⁰⁵ Agnieszka L. Janas, *Dandysi i dżentelmeni...*, dz. cyt., s. 98.

²⁰⁶ Tamże, s. 98-99.

Świetnie ubierali się muzycy grający w zespołach „Breakout” i „No to co”, doskonale wyglądał Czesław Niemen. Wszystkie zespoły pseudofolkowe zaczęły przejmować elementy ubrań hipisowskich i łączyły je z folklorystycznymi. Było to bardzo oryginalne i niespotykane poza Polską, aby styl hipisowski miksował się z ludowszczyzną. Tak przemycano tę modę. Z czasem na ulicy zaczęło być coraz więcej wpływów hipisów. Na początku kolorowo ubrani faceci budzili sensację, zgorszenie. Z czasem, m.in. dzięki publikowaniu artykułów oraz zdjęć idoli ubranych po hipisowsku, nasza moda przenikała do społeczeństwa. Hipisi byli oczywiście skrajni, ale elementy ich stylu wykorzystywała młodzież. Projektantki Grażyna Hase i Barbara Hoff przemycały je do projektowanych przez siebie strojów.

W Polsce ruch hipisowski rozwijał się przede wszystkim w dużych miastach, takich jak Kraków, Warszawa, Wrocław, Szczecin, Gdańsk, Katowice, Kielce. W mniejszych ośrodkach organizowano zloty, m.in. w Mielnie, Kazimierzu Dolnym, Dusznikach-Zdroju. Z uwagi na popularność hipisowskich motywów w modzie młodzieżowej lat siedemdziesiątych oraz fakt, że wiele osób utożsamiało się z ruchem hipisowskim tylko przez pewien czas, trudno określić liczebność ruchu. Szacuje się, że było to od ok. 1 000 osób pod koniec lat sześćdziesiątych do ok. 20 000 kilka lat później²⁰⁷. Subkulturę charakteryzowały postawy związane z propagowaniem pacyfizmu, wolności osobistej oraz swobody seksualnej²⁰⁸. Istotnym elementem ruchu była chęć życia w komunach stanowiących nieformalną alternatywę dla rodziny²⁰⁹.

W oczach opinii publicznej hipisi stanowili element wynaturzony, stojący w sprzeczności z założeniami funkcjonowania socjalistycznego społeczeństwa. Budzili niechęć i wrogość. Teksty publicystyczne przedstawiały hipisów w kontekście społecznego i moralnego zagrożenia, co komunikowano czytelnikom wręcz w sensacyjny sposób. Rzadko próbowano portretować środowisko w sposób obiektywny. Krytyczne artykuły ukazywały się w prasie młodzieżowej („Sztandar Młodych”, „itd.”), pedagogicznej

²⁰⁷ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL...*, dz. cyt., s. 82.

²⁰⁸ Krzysztof Kosiński, *Oficjalne i prywatne...*, dz. cyt., s. 386.

²⁰⁹ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL...*, dz. cyt., s. 87.

(„Głos Nauczycielski”, „Problemy Rodziny”), jak również specjalistycznej („Prawo i Życie”, „W Służbie Narodu”). Krytyczny obraz środowiska przedstawiano również w powieściach kryminalnych. W 1972 roku opublikowano książki Anny Kłodzieńskiej „Wrak” oraz „Zaproszenie do podróży” Jerzego Siewierskiego, które jednoznacznie piętnowały hipisowską subkulturę²¹⁰. Niechęć wobec hipisów znalazła swoje ucieleśnienie w PRL-owskiej mowie nienawiści, pojawiały się takie hasła jak m.in. „kudłacze” – kryptonim akcji rozpracowywania hipisów przez milicję drogą infiltracji czy „chwasty” jako drwina z określenia „dzieci kwiatów”²¹¹.

Działania przeciwko hipisom podejmowała Milicja Obywatelska oraz Służba Bezpieczeństwa. Źródłem represji był brak akceptacji dla niszowego stylu bycia, wyglądu oraz kontrowersyjnych poglądów, a także krytyczny stosunek wobec władzy i negatywny stosunek do służby wojskowej. Interwencje organizowano podczas zlotów, a ich stałym elementem były tzw. skalpowania, czyli przymusowe obcinanie włosów. W hipisów oraz przedstawicieli środowisk patologicznych wymierzona była zorganizowana akcja „Porządek”, zainicjowana w 1971 roku, której celem była pacyfikacja i infiltracja środowiska, m.in. poprzez zatrzymania i zakładanie kartotek ewidencyjnych podejrzanym. Jej część stanowiła operacja „Mak” skoncentrowana na przedstawicielach subkultury związanych z narkotykami oraz mężczyznach uchylających się od służby wojskowej²¹². Działania PRL-owskich władz wobec hipisów uznać należy za znacznie wyolbrzymione i histeryczne. Zdaniem Adama Szostkiewicza wynikały one z faktu

²¹⁰ Bogusław Tracz, *Hippiesi, kudłacze, chwasty. Hipisi w Polsce w latach 1967-1975*, Instytut Pamięci Narodowej 2014, s. 370-379.

²¹¹ Adam Szostkiewicz, *Hipisi i ubecy w PRL*, Polityka.pl, 6 stycznia 2015, online: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/historia/1604475,1,hipisi-i-ubecy-w-prl.read> [dostęp: 12 sierpnia 2024].

²¹² Bogusław Tracz, *Hippiesi, kudłacze, chwasty...*, dz. cyt., s. 370-379.

przypisywania znamion politycznego działania każdej aktywności społecznej²¹³:

Trudno to dziś zrozumieć, że władza miała tyle czasu, by zajmować się jakąś niegroźną dla państwa subkulturą. A jednak to mieściło się w autorytarnej logice państwa realnego socjalizmu, które starało się tropić i likwidować wszelkie przejawy społecznej niezależności. Pacyfistyczny bunt hipisów nie był z założenia antysocjalistyczny, tylko antysystemowy. Szukali wolności w systemie antywolnościowym. Ale w państwie autorytarnym wszystko jest polityką. Aparat bezpieczeństwa starał się ustalić, kto się za hipisami kryje, kto się nimi posługuje do walki z Polską Ludową i społeczeństwem socjalistycznym. W hipisach władza widziała przyczółek rozmiękczenia społeczeństwa, a nawet forpocztę zachodnich wywiadów (bo przecież gościli hipisów z Zachodu, którzy mogli być agentami pod maską kontestatorów). I w tym duchu pisała o ruchu zdecydowana większość prasy, zwłaszcza odkąd zaczęły napływać informacje o używkach jako nieodzownym atrybucie hipisowania.

Ostatecznie w 1973 roku całość spraw dotyczących hipisów pozostawiono w wyłącznej gestii Milicji. Na kartach książki „Hippiesie, kudłacze, chwasty. Hipisi w Polsce w latach 1967-1975” Bogusław Tracz ironicznie stwierdził, że to właśnie wtedy: „[...] SB upewniła się, że ruch ten nie stanowi poważniejszego zagrożenia dla państwa i ustroju, którego z taką determinacją broniła”²¹⁴. Choć wrogie nastawienie władz w stosunku do subkultury hipisów nie stanowiło wyjątku, każdy ruch tego typu spotykał się z szykanami ze strony władzy oraz zwolenników socjalistycznej ideologii.

Również ruch punkowy, który wyłonił się w latach siedemdziesiątych XX wieku, budził szereg negatywnych emocji. Narodził się w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, przy czym w obu tych państwach miał nieco inną specyfikę. Punk amerykański krystalizował się wokół dynamicznie zmieniającej się sceny muzycznej, m.in. takich zespołów jak Television, Ramones, czy Talking Heads. Punk brytyjski był z kolei odpowiedzią na kryzys ekonomiczny i związany z tym brak perspektyw wśród młodych ludzi. Wśród młodzieży z robotniczych dzielnic rejestrowano największe bezrobocie i to

²¹³ Adam Szostkiewicz, *Hipisi i ubecy w PRL...*, dz. cyt.

²¹⁴ Bogusław Tracz, *Hippiesie, kudłacze, chwasty...*, dz. cyt., s. 509.

właśnie przedstawiciele tej grupy społecznej chętnie stawali się punkami. Wielu członków pochodziło również z klasy średniej, np. Paul Simon z The Clash, czy Malcolm McLaren, który był menadżerem Sex Pistols – zespołu, który stał się legendą (choć wydali jedną płytę i koncertowali tylko dwa lata, na trwałe zapisali się w historii popkultury)²¹⁵. Związana z Malcolmem McLarenem projektantka mody Vivienne Westwood aktywnie współtworzyła brytyjską formę subkultury, a jej stosunek do tej roli można oceniać jako nieco uzurpatorski. Uważała, że²¹⁶:

[...] punk w rzeczywistości nie był nigdy ruchem z ulicy, ale od samego początku stanowił wydarzenie w modzie, w którego narodzinach aktywnie uczestniczyła razem ze swym ówczesnym towarzyszem życia Malcolmem McLarenem z Sex Pistols. Westwood poczuła przesył punkiem, kiedy zauważyła, jak bardzo ta rewolucyjna moda została skomercjalizowana i wykorzystana przez establishment. Można jednak powiedzieć bez obawy, że pierwotnie punk był ruchem młodzieżowym z ulicy i nie jest ważne, czy narodził się z pomocą projektantów mody czy też bez niej. Odgrywał ważną rolę zwłaszcza wśród bezrobotnej młodzieży bez perspektyw. Odziani w czarne skóry, usiane dziurami i rozdarciami, mocno umalowani, z łańcuchami na szyi i kajdankami wokół kostek, z agrałką w uchu i włosami obcięzonymi na irokeza, ufarbowanymi na jaskrawe kolory, „punkci” obojga płci chcieli zwrócić swą postawą uwagę na niedomagania systemu społecznego. Przez pewien czas rzeczywiście szokowali nie tylko swoim wyglądem, ale również aktywnością polityczną. W następnym dziesięcioleciu punk był popularny wśród młodzieży w Europie i USA, kiedy jednak jego krytyczna postawa uległa stopniowi, został wchłonięty przez główny nurt mody.

Zanim jednak punk trafił do głównego nurtu popkultury, podobnie jak wcześniejsze subkultury budził opór. W Polsce oraz innych krajach bloku wschodniego, m.in. Czechosłowacji, NRD, Węgrzech, pierwsze punkowe zespoły pojawiły się w latach 1977-1978, a samych punków postrzegano jako „odmieńców”²¹⁷:

²¹⁵ Witold Wrzesień, *Krótką historia...*, dz. cyt., s. 63-98.

²¹⁶ Gertrud Lehnert, *Historia mody...*, dz. cyt., s. 81.

²¹⁷ Remigiusz Kasprzycki, *Dekada buntu. Punk w Polsce i krajach sąsiednich w latach 1977-1989*, Wydawnictwo Libron, Kraków 2013, s. 7.

Ubrani w kolorowe marynarki z przyczepionymi agrafkami, długie, stare płaszcze ojców, wyśmiewali obowiązujące wartości i układy. Dla wszystkich istotną rolę odgrywała muzyka. Już w dynamice, napięciu, ostrości punka wyczuwalny był sprzeciw wobec rzeczywistości.

Wizerunek punkowców oparty był na różnego rodzaju przeróbkach zgodnie z ideą „zrób to sam” (ang. *DIY – do it yourself*). Ubranie farbowano, rozpruwano, rozdzierano, cięto, spinano agrafkami. Chętnie łączono kontrastowe elementy, np. strój uczennicy w zestawieniu z kabaretkami, dopełniony wyzywającym makijażem. Zmieniano znaczenie i sposób użycia przedmiotów – agrafki lub łańcuchy w formie biżuterii²¹⁸. Z uwagi na ograniczony dostęp do towarów w Polsce ten efekt można było osiągnąć, korzystając z rzeczy dostępnych „pod ręką”. Włosy farbowano z pomocą farb plakatówek, zakładano krawaty na gołe szyje, noszono marynarki i prochowce z lat sześćdziesiątych XX wieku, wpinano agrafki i stawiano włosy²¹⁹.

W Polsce w przeciwieństwie do Wielkiej Brytanii subkulturę w początkowym stadium tworzyła przede wszystkim młodzież klasy średniej²²⁰:

Punkowy ferment w PRL-u zaczął się wśród młodzieży z dobrych domów: synów artystów, dyrektorów, partyjnych bonzów. I nie dziwo: ci ludzie pierwsi, dzięki pozycji zajmowanej w hierarchii społecznej oraz wysokim pensjom i częstym zagranicznym podróżom, mogli spełniać życzenia pociech i dostarczać im płyty, kasety oraz prasę muzyczną „stamtąd”. Nieosiągalne dla przeciętnego nastolatka materiały usiłowano następnie kopiować, powielać, kolportować, propagować w wąskim kręgu znajomych zapaleńców.

W ujęciu Mirosława Pęczaka, powyższa opinia w odniesieniu do rodzin wysokich partyjnych członków była przesadzona. Choć również on sam przyznał, że to właśnie głównie inteligencka młodzież inicjowała zjawisko

²¹⁸ Anna Antonowicz, *Utopia mody punkowej – od kontestacji do muzeum*, „Dialog”, nr 4 2014, s. 231.

²¹⁹ Piotr Szarota, *Od skarpetek Tyrmanda do krawata Leppera. Psychologia stroju dla średnio zaawansowanych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 151.

²²⁰ Bartosz Kurowski, *Punk. Pokolenie pustki*, Oficyna Wydawniczo-Handlowa Anabasis, Kraków 1997, s. 173.

zaadaptowania punkowej subkultury do lokalnych warunków²²¹. Zanim punk uległ popularyzacji jako kierunek w muzyce był krytykowany przez dziennikarzy muzycznych. Program Trzeci Polskiego Radia prezentował nowe brzmienia, ale punka unikał. Punkowe utwory docierały do Polski głównie dzięki zachodnim stacjom radiowym, takim jak Radio Luxembourg czy Radio Wolna Europa²²². Wraz z rosnącym zainteresowaniem punkiem, coraz więcej miejsca poświęcano mu w prasie²²³:

No i teraz się porobiło: dziennikarze wylewający do tej pory tony pomysł na „zachodnią punkową zarazę” dowiedziawszy się, iż zdegenerowana moda przyjmuje się w PRL-u, że jakieś Kryzysy i Tilty grają głośno i agresywnie, wykrzykując masę odrażających hasła, ci dziennikarze wpadli w sterowany odgórnie sztaf. Nie mieli zamiaru krytykować ani analizować tego zjawiska; postanowili je zniszczyć i porwać na strzępy, osadzić w areszcie, skazać na wygnanie.

Krytykowano zjawisko niezależnie od reprezentowanego poglądu, czynili to zarówno publicyści katoliccy, jak również wyznawcy komunistycznej ideologii. Uznawano punk za ruch o anarchistycznym charakterze i niemoralnym wydzwisku²²⁴. Efekt był jednak odwrotny od zamierzonego. Treści tego typu ilustrowano zdjęciami, a te nie odstraszały, ale inspirowały młodzież²²⁵:

Propagandowo-dydaktyczne artykuły publikowane w polskiej prasie miały skutek odwrotny do zamierzonego. Sprawiały, że młode osoby wpadały wręcz w egzaltację, czytając o wyczynach swych zachodnich rówieśników, a widząc ich zupełnie odmienny styl ubioru, pragnęły niemal natychmiast upodobnić się do nich.

Podobnie jak w przypadku innych subkultur, punkami również zainteresowali się przedstawiciele Milicji Obywatelskiej i Służby Bezpieczeństwa. Stawiano znak równości pomiędzy punkiem a działalnością

²²¹ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL...*, dz. cyt., s. 135.

²²² Remigiusz Kasprzycki, *Dekada buntu...*, dz. cyt., s. 127.

²²³ Bartosz Kurowski, *Punk. Pokolenie pustki...*, dz. cyt., s. 174.

²²⁴ Tamże, s. 174-175.

²²⁵ Remigiusz Kasprzycki, *Dekada buntu...*, dz. cyt., s. 125.

faszystowską. Przykładem były aresztowania w Lubawie w 1982 roku²²⁶. Krzysztof Kosiński zwrócił uwagę na antykomunistyczną postawę polskich punków (wyróżnił ją obok anarchii, antysystemowości oraz egalitaryzmu)²²⁷. Wiele przykładów wskazuje na polityczne zaangażowanie punków. Jednym z nich jest fanzin „QQRVQ”, który redagował w latach osiemdziesiątych Piotr „Pietia” Wierzbicki. W jednym z numerów wyśmiewał m.in. fakt bagatelizowania przez propagandę skutków katastrofy atomowej w Czarnobylu, służbę wojskową, ZSRR. Ze względu na tę działalność znalazł się w sferze zainteresowania Służby Bezpieczeństwa. Polityczne zaangażowanie nie było jednak elementem stałym i było różne pomiędzy poszczególnymi odłami. Warszawskie punki dystansowały się od polityki, w przeciwieństwie do wrocławskich punków, którzy cenili bardziej zaangażowane zespoły jak The Clash. Spora część środowiska odcinała się również od działalności opozycyjnej skupionej wokół „Solidarności”²²⁸.

Przedstawiciele Służby Bezpieczeństwa obserwując festiwal muzyczny w Jarocinie (dużą część publiczności stanowiły punki), przygotowywali bardzo drobiazgowo raporty dotyczące subkultury punkowej – opisywali wygląd, zachowanie, sposoby spędzania wolnego czasu przedstawicieli ruchu. Piotr Szarota porównał ich pracę do antropologicznych obserwacji Bronisława Malinowskiego. W jednym z takich sprawozdań wyróżniono trzy odłamy ruchu: „zniszczonych”, „szkolonych”, „przywódców”. „Zniszczeni” zostali uznani za grupę najbardziej zdegenerowaną, noszącą brudne, zniszczone ubrania. „Szkoleni” stanowili grupę najliczniejszą, podejmowali szkolenia w zakresie sztuk walki. „Przywódców” cechował starannie opracowany ekstrawagancki ubiór, stąd uznawano ich za elitę ruchu²²⁹. Choć punków

²²⁶ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL...*, dz. cyt., s. 138.

²²⁷ Krzysztof Kosiński, *Oficjalne i prywatne...*, dz. cyt., s. 387.

²²⁸ Remigiusz Kasprzycki, *Dekada buntu...*, dz. cyt., s. 125.

²²⁹ Piotr Szarota, *Od skarpetek Tyrmanda...*, dz. cyt., s. 153.

bacznie obserwowano, to z badań Remigiusza Kasprzyckiego wynika, że represje wobec nich charakteryzowało względnie średnie nasycenie²³⁰:

W porównaniu z represjami stosowanymi w krajach sąsiednich codzienność polskich muzyków punkrockowych wydawała się wręcz sielanką. Nikt w Polsce nie odsiadywał kary więzienia za antysocjalistyczne piosenki, jak zdarzyło się to w przypadku członków wschodnioniemieckiej grupy Namenlos. Żadnego z polskich piosenkarzy punkowych nie zamykano z przyczyn politycznych w szpitalach psychiatrycznych, jak było w Związku Sowieckim. Na żadnym z agentów inwigilujących środowisko punkowe nie wymuszono biciem współpracy, jak na Petrze „Sidzie” Hosku z czechostowackiej grupy Plexis.

Trzy najszerszej funkcjonujące subkultury w czasach PRL, czyli bikiniarze, hipisi oraz punki budzili zainteresowanie z jednej strony, jak i obrzydzenie i sprzeciw z drugiej. Również na świecie tym ruchom subkulturowym towarzyszyło silne znaczenie polityczne: francuscy faszyci tępili zazou, hipisi protestowali przeciwko wojnie, brytyjskie Sex Pistols zostało ocenzurowane. W PRL w subkulturach widziano groźny element antysystemowy, który starano się zwalczać za wszelką cenę. Tymczasem najczęstszą motywacją członków poszczególnych subkultur była zwyczajna chęć wyróżnienia się, wpisująca się w kategorię młodzieńczego buntu. Rzadko towarzyszyły temu ambicje polityczne. Warto zwrócić uwagę na wypowiedź jednego z krakowskich dzollerów²³¹: „[...] chociaż ubieram się po amerykańsku, nie mam wcale zapatrywać wrogich ustrojowi Polski Ludowej”. Również Czesław Niemien, który był określany hipisem (choć unikał takiego określenia względem siebie), przyznawał, że po prostu nosił to, co mu się podobało²³².

Histeryczne reakcje władz wynikały głównie z niezrozumienia zjawiska i jego obcości. Subkulturowa przynależność wykraczała poza kategorię totalitarnego wyobrażenia „dobrego społeczeństwa”, jak również stanowiła

²³⁰ Remigiusz Kasprzycki, *Dekada buntu...*, dz. cyt., s. 421-422.

²³¹ Maciej Chłopek, *Bikiniarze...*, dz. cyt., s. 154.

²³² Piotr Szarota, *Od skarpetek Tyrmanda...*, dz. cyt., s. 106.

dowód emancypacyjnych dążeń²³³. Po zmianach systemowych w 1989 roku sytuacja uległa zmianie. W PRL własny styl życia w ramach poszczególnych ruchów subkulturowych z konieczności należało kreować metodą chałupniczą. W III Rzeczypospolitej przynależność ta stała się elementem oficjalnie skomercjalizowanej kultury²³⁴. Kapitalizm dał szansę dowolnej zmiany tożsamości w zależności od potrzeb. Subkulturowe atrybuty pojawiły się na sklepowych półkach: odzież, prasa, płyty z muzyką. Ich zdobycie przestało wiązać się z wysiłkiem i „kombinowaniem”.

²³³ Mirosław Pęczak, *Subkultury w PRL...*, dz. cyt., s. 234-235.

²³⁴ Tamże, s. 18.

6. Moda Polska – PRL-owskie ministerstwo mody

Książka Ewy Rzechorzek poświęcona Modzie Polskiej to jedno z najciekawszych opracowań z zakresu mody w okresie PRL. Oparta na archiwalnych dokumentach, materiałach prasowych, zdjęciach oraz relacjach osób związanych z przedsiębiorstwem stanowi cenne źródło dotyczące nie tylko samej organizacji, ale stanu polskiego wzornictwa w socjalistycznej rzeczywistości²³⁵. Niewątpliwie Moda Polska, która powstała w 1958 roku, stanowiła ewenement nie tylko w granicach Polski Ludowej, ale właściwie wszystkich krajów bloku wschodniego. Jej historia w ostatnich latach z pomocą publikacji i wystaw muzealnych odżywa na nowo.

Najmocniej kojarzone z Modą Polską są nazwiska Jadwigi Grabowskiej, założycielki, która pełniła rolę dyrektor artystycznej do czasu odejścia na emeryturę w 1967 roku oraz Jerzego Antkowiaka, który właśnie za jej rządów w 1961 roku dołączył do zespołu i pozostał do czasu ogłoszenia upadłości firmy w 1998 roku. Pierwszym zadaniem jakie powierzono przyszłemu projektantowi mody z racji wykształcenia (Jerzy Antkowiak ukończył ceramikę na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu) było przygotowanie firmowego serwisu kawowego z charakterystyczną jaskółką – logo złożone z jaskółki i napisu krojem pisma Panaeuropa zaprojektował Jerzy Treutler²³⁶. Historię pierwszego zlecenia Jadwigi Grabowskiej dla Jerzego Antkowiaka przywołał Piotr Zachara w jednym z numerów polskiej edycji „Harper’s Bazaar”, jednocześnie charakteryzując sposób działania socjalistycznego domu mody²³⁷:

²³⁵ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska*. Warszawa, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2018.

²³⁶ Agnieszka Dąbrowska, *Moda Polska – państwowe przedsiębiorstwo modowe okresu PRL i lat 90.*, Muzeum Warszawy, online: <https://kolekcje.muzeumwarszawy.pl/pl/miasto-od-a-do-z/moda-polska-panstwowe-przedsiębiorstwo-modowe-okresu-PRL-i-lat-90> [dostęp: 25 września 2024].

²³⁷ Piotr Zachara, *Partyzant pret-a-porter*, „Harper’s Bazaar Polska” nr 05-06 2013, s. 118.

Kariere pod jej czujnym i wybrednym okiem zaczyna od zrobienia tego, przed czym się wzbraniał. „Ceramik, ceramik” – mówi pani Jadwiga. – „Doskonale, nie mamy jeszcze serwisu do kawy!”. I już wysyła stażystę w podróż służbową do fabryki w Ćmielowie. Misja – porcelana, ręcznie malowana, z firmową jaskółką rzecz jasna. Pan Jerzy robi też afisze, szkice, pomaga przy pokazach, wreszcie dostępuje zaszczytu zaprojektowania kolekcji. Szefowa dyktuje instrukcję: „płaszczyk à la Courrèges, mała czarna jak u Niny Ricci, taki melanż nowoczesności z dobrym smakiem”. Dwa razy do roku ekipa Mody Polskiej zostaje oddelegowana do Paryża na pokazy. Wielcy projektanci witają ich zdziwieniem, a po zapoznaniu się z tym, co Moda Polska w Polsce robi, okazują szacunek. Autentyczny, żadnej kurtuazji. Delegaci z PRL-u dostają po znajomości specjalne rabaty na tkaniny, z których szyją i Balmain, i Dior, i Givenchy, i Yves Saint Laurent. Rachunki mają powiedzmy na 5 tysięcy, ale wydają tylko połowę, więc po powrocie do Polski doprowadzają księgowego do szału: jak on ma to teraz do jasnej cholery zaksięgować? Co zrobić z pieniędzmi, których powinno nie być. Takich absurdalnych problemów Moda Polska ma na co dzień sporo, tyle samo też wrogów co zwolenników. Dziennikarki z ideologicznie słusznych gazet nie kryją oburzenia burżuazyjną estetyką Mody Polskiej, „pierwsza suwnicowa nic sobie tutaj nie kupi”. Prawda. Ale że raz na jakiś czas trzeba się do ludu zbliżyć, w firmowych salonach pojawiają się sporadycznie i potworne bistory, i koszarne krempliny, a w latach 80. bardzo dużo bouclé, bo „schodzi jak szalone”.

Reportażowi towarzyszyła sesja zdjęciowa wybranych ubrań z metką Mody Polskiej ze zbiorów Jerzego Antkowiaka zrealizowana na ulicach Warszawy²³⁸. Ze względu na swój wyjątkowy status Moda Polska bywała określana mianem „ministerstwa mody”, a sama Jadwiga Grabowska, znana z bezkompromisowej postawy, „ministrą”²³⁹. Określenia te znakomicie oddawały charakter przedsiębiorstwa, choć podszyte były pewną dozą drwiny i szyderstwa. Do salonu Mody Polskiej na Ordynackiej, a następnie na Wiejskiej trafiały bowiem żony delegatów zza granicy podczas służbowych wizyt swoich mężów²⁴⁰:

Jest na bogato, żeby nie było wątpliwości, że teraz to już na poważnie. Moda przez duże „M”. Wszystko ma tu być lepsze i większe niż na Ordynackiej. Bo Moda Polska jest

²³⁸ *Wielka Moda Polska*, „Harper’s Bazaar Polska”, nr 05-06 2013, s. 120-129.

²³⁹ Magdalena Miszewska, *Misja: odbudowa polskiej kobiety*, Audycje Kulturalne realizowane przez Narodowe Centrum Kultury, 11 maja 2018, online: <https://audycjekulturalne.pl/moda-polska/> [dostęp: 25 września 2024].

²⁴⁰ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska...*, dz. cyt., s. 197-199.

„ministerstwem mody”. Jeśli tylko przyjedzie jakaś delegacja zagraniczna i panowie udają się do „resortów”, ich żony mają trafić właśnie tutaj – na Wiejską 20.

W kosmicznych gablotach wiszą serie modelowe; są krawcowe, które szyją „usługowo”, wedle życzenia klientki. Wiejska ma nawet własną projektantkę – jest nią Tula Popławska.

Lokalizacja godna ministerstwa mody: ekskluzywny modernistyczny budynek położony zaledwie trzysta metrów od Sejmu. W podziemiach znajdują się garaże, na samej górze ponoć baseny i penthouse’y z własnymi windami (a przecież to dopiero 1963 rok).

W salonie Mody Polskiej nie jest gorzej. Drzwi otwiera portier o manierach ambasadora. Posadzka hallu wyłożona łupanym kamieniem; z lewej strony – sala sprzedaży, po prawej – kręte schody prowadzące na antresolę i do podziemi.

Ubierania żon polityków było jednym z wielu zadań realizowanych przez przedsiębiorstwo. Jednak za najważniejsze uznać należy²⁴¹: „[...] przygotowywanie kolekcji mody reprezentujących socjalistyczną Polskę na arenie międzynarodowej, a także informowanie krajowych wytwórców i handlowców o trendach lansowanych na światowych wybiegach”. Przedsiębiorstwo zawdzięcza swój kształt bezkompromisowej postawie Jadwigi Grabowskiej, która w latach swoich rządów²⁴²:

[...] nie dawała ulgi ani sobie, ani nikomu innemu. Walczyła o spójność wizji, zróżnicowanie linii i najmniejszy detal każdego modelu. Potrafiła wszystko „wychodzić” – także z pozoru drobne decyzje urzędnicze, które ważyły o losie firmy. Jadwidze Grabowskiej się nie odmawia – wiedzieli o tym PRL-owscy funkcjonariusze. Zastąpiła jako wydająca komendy żelazna lady, choć karierę na kierowniczym stanowisku rozpoczęła dość późno: po pięćdziesiątce! Swoim perfekcjonizmem i niestabnącą werwą robiła wrażenie na podwładnych – młodszych projektantach, krawcowych, dziennikarzach i modelkach. [...] Doskonałe wyczucie stylu, kosmopolityczne wychowanie i umiejętność zdobycia zaufania klientek z wyższych sfer, projektowała dla arystokratek i żon notabli, czyniły z Jadwigi kandydatkę idealną. Miała oko i rękę do ludzi. Dla świetnie prosperującego przedsiębiorstwa pozyskała grono najlepszych projektantów.

²⁴¹ Agnieszka Dąbrowska, *Moda Polska...*, dz. cyt.

²⁴² Julia Pańków, Lidia Pańków, *Dyktorka. Jadwiga Grabowska*, [w:] Pańków Julia, Pańków Lidia, *Kreatorki. Kobiety, które zmieniły polski styl życia*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2018, s. 123.

Dwa razy w roku Moda Polska organizowała pokazy tzw. kolekcji wiodących, które stanowiły formę przeglądu aktualnych modowych tendencji. Dominowała moda damska, z czasem pojawiły się również propozycje dla mężczyzn, nie brakowało projektów wykonanych z dzianiny. Przed karnawalem pokazywano również kolekcję karnawałową²⁴³. Do sprzedaży trafiały kolekcje handlowe²⁴⁴. Tak o różnicach pomiędzy kolekcją wiodącą, a kolekcją handlową opowiadał w przeprowadzonej rozmowie Jerzy Antkowiak²⁴⁵:

Różnie to bywało, bo kolekcje były tak odległe od tego, co chciała ulica nosić, że trzeba było z tych kolekcji, które były pięknym widowiskiem i ... przypomnieniem, że teraz np. panuje moda marynarska. To robiliśmy taką wersję uspokojoną. Myśmy sobie na własny użytek nazywali: „wersja zubożała” – kolekcję handlową. No i na tyle byliśmy nieprzesadnie wojujący, ale konsekwentni, że to po prostu tak musi być. To jest kolekcja wzór, to są kolekcje handlowe. Ten wzór to jest również po to, żeby ludziom pokazać, nawet to, co się dzieje w modzie na świecie, czego być może Polki nie będą akceptowały, ale miło popatrzeć i byliśmy w demoludach... byliśmy jedni jedyni, a jak jeździliśmy na Zachód, to wręcz nie mogli uwierzyć, że my nie mamy butików na Zachodzie.

Jerzy Antkowiak nie krył swojej fascynacji francuskim projektantem Yves Saint Laurent, która znajdowała odzwierciedlenie również w kolekcjach Mody Polskiej²⁴⁶:

Takie pokazy Yves Saint Laurent, gdzie śpiewa Maria Callas, modelki chodzą, pachnie liliami, to było jak nabożeństwo. Ulegałem... no tak pewnie się czuje mężczyzna, który musi zażywać prochy, żeby mu było dobrze. To jak ja zażyłem kolekcji Saint Laurenta to się tym wzruszałem, ale też najwięcej tych wzruszeń było w PRL-u, bo potem już tylko z rzadka bywałem i towarzysko. Wtedy obowiązkowo, jak z takim bagażem wracałeś do PRL-u, to chciałeś zrobić coś w tym stylu Saint Laurenta i to się udawało! Pamiętam takie słynne... suknie Yves Saint Laurent, no nie można

²⁴³ Marta Sztokfisz, *Caryca polskiej mody, święci i grzesznicy*, Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa 2015, s. 110.

²⁴⁴ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska...*, dz. cyt.

²⁴⁵ Wywiad z Jerzym Antkowiakiem, Pruszków, 15 i 22 września 2021 roku, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, zarchiwizowany przez Autora.

²⁴⁶ Tamże.

było takiej sukni nie pokazać, stylu takiej sukni, ale zrobić wszystko, żeby nikt nie powiedział, że to jest ta suknia z osiemdziesiątej strony magazynu „Vogue”.

Podczas jednej z podróży Jerzy Antkowiak zobaczył zaprojektowany przez siebie płaszcz na jednej z zagranicznych turystek, co jak stwierdził odebrał jako większe wyróżnienie i komplement niż hipotetyczne uznanie ze strony PRL-owskich władz²⁴⁷:

Zrobiłem taki klasyczny płaszcz ze stójką, jednorzędowy, zapinany. Miał normalne rękawy, rozszerzające się, tak zrobione, że kiedy jest zimno można było w odpowiedni sposób schować rękę i był to jeden jedyny płaszcz w kolekcji. Na lotnisku w Paryżu zobaczyłem kobietę w tym płaszczu, niestety nie w kolejce do polskiego samolotu. Pomyślałem, że to niemożliwie, więc podszedłem do tej kobiety. To były prawdopodobnie linie holenderskie i to była Holenderka i zapytałem, czy to jest płaszcz z Polski. Ona powiedziała, że tak, czyli ten płaszcz ktoś prawdopodobnie z przeceny kupił i jej odsprzedał. Ona wiedziała, że to jest płaszcz z Polski. Nie dukałem jej, że jestem autorem tego płaszcza, bo ona pewnie by nie zrozumiała, ale tak wewnątrz to przeżyłem. Pomyślałem, że jak przez całe życie się uda człowiekowi zrobić arcydzieło, to ono gdzieś tam żyje. Dla mnie to była większa frajda, że ja to naprawdę widziałem na zadowolonej kobiecie, ona coś powiedziała, że „to jest beautiful”, niż jakby mi powiedzieli: „No, kolego Antkowiak, ucelowaliście w gusta Polek, te płaszcze wszystkie poszły!”. Najczęściej szły takie, aby były wygodne, ale czy one były urodziwe?

Dla Mody Polskiej pracowały również: Magda Ignar, Kalina Paroll, Irena Biegańska, Krystyna Dziak, Małgorzata Zembruska. W latach osiemdziesiątych do zespołu projektowego dołączyła Krystyna Wasylkowska i Katarzyna Raszyńska²⁴⁸. Kalina Paroll, która została zatrudniona w Modzie Polskiej na początku lat sześćdziesiątych XX wieku, kiedy tworzył się Ośrodek Wzornictwa, tak wspomina ten czas²⁴⁹:

Początki są ciekawe. Moda Polska dopiero tworzyła Ośrodek Wzornictwa. Kiedy słyszałam „Moda Polska – Warszawa” – moje ucho rosnę natychmiast, ale nie miałam żadnego kontaktu w tym względzie i napisała do mnie list, mam schowany, moja Pani Profesor od projektowania,

²⁴⁷ Tamże.

²⁴⁸ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska. Warszawa*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2018, s. 384.

²⁴⁹ *Wywiad z Kaliną Paroll*, Piotrków Trybunalski, 20 kwietnia i 6 czerwca 2022 roku, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, zarchiwizowany przez Autora.

która jak większość profesorów była z Warszawy. W związku z tym jak napisała do mnie, bo była w Warszawie i wszystko wiedziała, co się święci: „Kalinko Kochana, przyjeżdżaj natychmiast” itd., czyli poleciła mnie pewnie do Dyrekcji Mody Polskiej. Potraktowałam to serio. Przyjechałam natychmiast w ciągu dwóch dni, nie mając żadnego lokum. [...] I do tej Mody Polskiej się stawiałam. [...] Powiedziano mi, że akurat są pokazy Mody Polskiej w Pałacu Kultury i żeby tam poszła, bo tam będzie Pani Grabowska, no i ona mnie, prawda, tak lub nie. Jak przybyłam na pokaz mody po raz pierwszy w Warszawie, zgłosiłam się, ona powiedziała: „To Dziecino, weź ołówek i rysuj, co Ci się w tym pokazie podoba”, więc ja w tempie takim *défilé* rysowałam pewne elementy. Po pokazie poszłam, myślałam, że to jest jakaś dokumentacja. Byłam naiwna jak dziecko, a ona na to spojrzała i powiedziała: „Dobrze, dobrze, jesteś przyjęta!”. Wydaję mi się, że jej również chodziło o to, że jej była potrzebna osoba do rysowania i moja umiejętność... moja umiejętność po studiach, myśmy naprawdę umieli rysować.

Moda Polska bazowała m.in. na milanowskich jedwabiach. Za kontakt z „Milanówkiem” odpowiedzialna była właśnie Kalina Paroll, w której wspomnieniach wizyty w Zakładach Jedwabiu Naturalnego „Milanówek” (oficjalna nazwa pod jaką upaństwowiona firma założona w 1924 roku przez rodzeństwo Witaczków funkcjonowała w czasach PRL) zajmują ważne miejsce²⁵⁰:

Kontakt tam dla mnie był bardzo ciekawy. Począwszy od tego, że jak dyrektor mnie oprowadzał na początku, gdzie hale fabryczne szumiały. Pracowało to... no łoskot był dosłownie, a on mnie prowadził pod murem, mówi: „Tu, tu!, proszę Pani, pod murem!”, a tu jest szerokość boiska. Ja myślę, dlaczego ja mam pod murem iść i wreszcie się dowiedziałam, on mówi: „Bo tak jest, wie Pani, że te czółenka czasem wylatują. O, widzi Pani, te dziury w szybach i one wylatują”, a to z ołowiu i z mosiądzu i to z furią leciało do drugiej hali, gdzieśmy my szli tak i mogło trafić po prostu i oni to wiedzieli. W związku z tym przeprowadzali gości nie luzem, tylko pod murem. Praca w Milanówku szła non stop i ja poznałam te malarki, które miały stoły długości trzech metrów pokryte linoleum i na to szpilkami naciągały dwu i pół, trzymetrowy cudowny biały, jedwabny kupon. Pobierały farby z kuchni, w której się je gotowało. Miały pędzelki i tutki z kranikiem, którymi można było coś rysować i zabierały się do tworzenia kuponu. I byłam pierwszą osobą, o tyle właściwą, że byłam projektantem, który projektuje suknie na lato. W związku z tym wiem, że musi być przód. Osoba, która kupi ma pupę, ma biodra i że trzeba mieć materiał na rękawy, z czegoś wyciąć i ja im to zaczęłam uzmysławiać. Przywoziłam im

²⁵⁰ Tamże.

formy, z których się wycinało, produkcyjne wzory. Przykładałam, zanim malowały, tłumaczyłam, że taka duża kapusta tu namalowana lub tu jest niefortunna po prostu i że my musimy te kwiaty, jakikolwiek wzór, rozrzucić w ten sposób, żeby np. na brzegu nie było ogromnych kwiatów, bo brzeg z jednej strony i z drugiej będzie właśnie dołem przodu i tyłu i że to jest znowu ucięcie tego kwiatu, bo robienie cyrkla już to zepsuje. One to wszystko w mig pojęły i zaczęłyśmy robić kupony, gdzie Moda Polska to bardzo mądrze wykorzystwała, moją obecność. Zaczęłam brać udział w komisjach oceniających ich kupony. Od tego zależała ich pensja. Jeżeli ktoś nie dostawał czwórki, to dostawał nędzne grosze i w tej komisji siedzieli i osoby z dyrekcji i z innych działów.

Zabawna anegdota związana z „Milanówkiem” dotyczyła jednego z dyrektorów, który jak się okazało w zbiorniku przeciwpożarowym hodował karpie²⁵¹:

Natomiast ciekawostką inną było to, że jak miałam jakieś potrzeby, ugadania tam dyrektora tam o coś dla nich, wywalczenia, widziałam, że są jakieś braki. No więc, gdzie jest dyrektor? W gabinecie nie ma, tu nie ma, tam nie ma. Wszyscy szukają telefonem, nie ma. Na to któryś z działów: „A była Pani nad sadzawką?”, ja mówię: „Nie!”. „No to tam Dyrektor będzie!”. Po wejściu na teren zakładów, była betonowa, ogromna taka... no niby basen, ale ze skośnymi bokami, nie do wejścia, z wodą która służyła do gaszenia pożarów i tam Pan Dyrektor wymyślił, że będzie hodował karpie, które oczywiście mogły być... No to jest po prostu... dla Barei. Po włączeniu tych węży do tej wody, to te karpie przecież mogły wleźć, wpaść w te węże z tą wodą. Te żywe karpie zatykały ten pożar! Dlaczego on tam był? On te karpie karmił robakami z kokonów jedwabników. Przecież jak się przedło te nici u nich to z każdego miał robaczka i on lubił, to był jego relaks, brać te robaczki na rękę i chodził karmić te karpie, po czym przed Świątami karpie były dzielone wśród załogi. No czy to nie jest Bareja?

Moda Polska odpowiedzialna była również za stroje polskiej reprezentacji podczas igrzysk olimpijskich. Kozuchy zaprojektowane przez Kalinę Paroll w 1968 roku na X Zimową Olimpiadę w Grenoble stały się jednak źródłem skandalu. We Francji sportowcy je sprzedali i wrócili do Polski bez

²⁵¹ Tamże.

podarowanych im okryć wierzchnich²⁵². Oskarżano ich o sprzeniewierzenie mienia państwowego²⁵³:

– Znalazłem taką historię o kożuchach dla olimpijczyków, które w 1968 roku Pani projektowała na zimową olimpiadę w Grenoble i że ponoć sportowcy sprzedali we Francji te kożuchy?

Tak, tak.

– Wielka afera jak oni przyjechali bez...

Tak, to było stosunkowo na początku mojej kariery w Modzie Polskiej i było oczywiste, że Komitet Olimpijski zwróci się do Mody Polskiej, nie było dyskusji. W związku z tym ktoś to musiał zrobić i w ośrodku męskim był jeszcze, przypomnę sobie nazwisko projektanta...

– Kudaj.

Tak, Pan Kudaj, który się wziął za to, ale ja też się za to wzięłam i z tego, z tej kompilacji wyszły kożuszki takie do pół biodra, białe, haftowane. [...] Kożuszki były prześliczne, co tu dużo mówić i z mięciusieńkich skórek, no marzenie. Pojechali w tych kożuszkach i przehandlowali je za dobre pieniądze i faktycznie wrócili do Polski ubrani jak dziady, bo kupili cokolwiek, żeby tylko wrócić. Jak wylądowała ekipa olimpijska, no to rozpacz jedna. Nikt nie był już w kożuszku... i zaczęła się nagonka, artykuły: „Jak to się mogło stać? To jest niedopuszczalne!” – językiem realnego socjalizmu, że Polska Ludowa ubrała ich, wyekspediowała, no gromy, jak polska ekipa się zachowała i jak to się stało, że oni te kożuchy sprzedali i rzeczywiście było to omawiane w odpowiednich kręgach jako rzecz... sprzeniewierzenie się Polsce Ludowej, krótko mówiąc. Ale potem w Sapporo, jak wrócili i sprzedali to oficjele również i zawodnicy, to już nie było tej rozmowy, tak że kożuszki były moim tematem.

Irena Biegańska (jeszcze jako Irena Rabczenko) rozpoczęła przygodę z Modą Polską od stażu, a po ukończeniu studiów w zakresie projektowania odzieży została przyjęta na pełny etat. Praca w przedsiębiorstwie była związana nie tylko z dostępem do jakościowych ubrań i tkanin, ale również z możliwością wyjazdów zagranicznych. Tak pracę na tym stanowisko

²⁵² Iwona Kienzler, *Kronika PRL...*, dz. cyt., s. 91.

²⁵³ Wywiad z Kaliną Paroll..., dz. cyt.

scharakteryzowała siostra zmarłej w 2005 roku projektantki, Krystyna Bukowczyk²⁵⁴:

W 1964 roku Irenka otrzymała dyplom Wydziału Projektowania Odzieży w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych w Łodzi i teraz już została pracownikiem pełnoetatowym. Zaczęła więc uczestniczyć w niektórych wyjazdach zagranicznych. Bywała na pokazach paryskich, gdzie mogła oglądać francuskie kolekcje, jeździła też na prezentacje kolekcji Mody Polskiej do krajów „naszego bloku”. Te podróże zagraniczne, możliwość oglądania, chociaż przez chwilę, innego świata w czasach „żelaznej kurtyny”, paszportów przechowywanych w biurze paszportowym, problemów z uzyskaniem jakiegokolwiek wizy, niewymienialności złotówki, to było coś, czego można było zazdrościć.

Praca w modzie, możliwość dotykania pięknych tkanin, projektowania kolekcji, przygotowywania oszałamiających pokazów, przebywania w kręgu modelek, fotografów, fotoreporterów to był kolorowy, bajkowy pejzaż na tle szarości socjalistycznego świata.

Miewałam i ja niekiedy pożytki z tej pracy Irenki.

Pierwszy raz w życiu jadłam granaty przywiezione przez Irenkę z bazaru w Soczi czy Erywaniu. Czasem dostawałam zagraniczne upominki. Czasem za pośrednictwem Irenki kupowałam po przecenie sukienki z pokazu albo modowy krawiec, na prywatne zlecenie Irenki, szył mi płaszczki. Czasem Irenka odsprzedawała mi ubranka, które jej się znudziły lub które przynosili do Mody zaprzyjaźnieni dostawcy – zbieracze pięknych chust ludowych czy szczęściarzy otrzymujące paczki z Ameryki. Kiedy przyszedłam do szkoły w sukience projektu Irenki, z białoczarne tweedu zapinanej z przodu na długi zamek, z pięknym, fantazyjnym kołnierzykiem z czarnego rypsu, przyjrzała mi się krytycznie koleżanka Borowczyk (odziana w garsonkę z niebieskawej krempliny) i powiedziała z przekąsem: „Krysia, ty chyba wszystkie pieniądze wydajesz na ciuchy”.

W latach siedemdziesiątych Irena Biegańska odeszła z Mody Polskiej by stać się samodzielną projektantką kostiumów na potrzeby spektakli i filmów²⁵⁵:

Modę Polską porzuciła raczej bez żalu. Nie było już Jadwigi Grabowskiej, odesłano ją na emeryturę, niespodziewanie, w sposób mało elegancki. Dyrektorem został Stanisław Tusiński,

²⁵⁴ Krystyna Bukowczyk, *Opowiadki szare i kolorowe. Część I: Rodzina i wileńscy przyjaciele*, Warszawa 2022, Instytut Edukacji i.e. Sp. z o.o., s. 140-141.

²⁵⁵ Tamże, s. 145-146.

a jego zastępczynią do spraw mody Halina Kłobukowska. I teraz, bez Pani Jadwigi, wszystko było niby tak samo, ale jednak zupełnie inaczej...

Pierwszym przedstawieniem, do którego Irenka projektowała kostiumy, była „Barbara Radziwiłówna” Alojzego Felińskiego w reżyserii Magdaleny Bączewskiej na scenie Teatru im. Horzycy w Toruniu (1975). Pierwszym jej sukcesem we współpracy z filmem były kostiumy do telewizyjnego serialu „Lalka” (1977). A w roku 1978 projektowała po raz pierwszy kostiumy do filmu pełnometrażowego „Hallo Szpicbródka, czyli ostatni występ króla kasiarzy” w reżyserii Janusza Rzeszewskiego i Mieczysława Jahody.

Na przestrzeni lat stworzyła kostiumy do 150 spektakli teatralnych i 70 filmów²⁵⁶. Magda Ignar podobnie jak Irena Biegańska trafiła do Mody Polskiej jeszcze jako studentka pod koniec lat sześćdziesiątych, z czasem zyskując zaufanie i tworząc z Jerzym Antkowiakiem wyjątkowy twórczy duet. Syn projektantki Michał Ignar podkreślił w rozmowie, że wspólnie znakomicie się dopełniali, nie tylko pod względem projektowym, ale również w zakresie tworzenia koncepcji pokazów²⁵⁷:

Mama zaczęła pracować w Modzie Polskiej w drugiej połowie lat sześćdziesiątych, gdy jeszcze studiowała na warszawskim ASP. Podejrzewam, że na samym początku było to bardziej terminowanie. Obserwowała, powierzano jej podstawowe zadania, jak myślę. [...] Były to jeszcze lata Jadwigi Grabowskiej, pracował tam już Jerzy Antkowiak. W latach 70. zespołem projektantów kierowała Halina Kłobukowska. Mama dołączyła do grona uznanych projektantów, takich jak Irenka Biegańska, Kalina Paroll, Krysia Dziakowa, Małgosia Zembrzuska, zdrabniam ich imiona, bo wszystkie były dla mnie sympatycznymi ciociami [...] Ten sam zespół utrzymywał się aż do lat 80., gdy pojawiła się Krysia Wasylkowska i Kasia Raszyńska, tymczasem odeszły Małgosia Zembrzuska i Irenka Biegańska. Przez pierwsze lata w firmie Mama szybko się uczyła i pilnie pracowała, by docenili jej umiejętności, trochę czasu minęło nim ją uznali i jej zaufali, by powierzać coraz bardziej odpowiedzialne zadania. [...] W latach siedemdziesiątych – z mojej perspektywy – stworzyła z Jurkiem Antkowiakiem coś w rodzaju tandemu, oboje artystyczne dusze, rozumieli się w mig, łączyło ich podobne poczucie humoru. Dwa razy w roku Moda Polska wysyłała ich oboje do Paryża, by oglądali pokazy największych kreatorów. Przy okazji mieli zobaczyć czym żyje wielki świat, jak nosi się paryska ulica. Całą tę wiedzę przywozili

²⁵⁶ Tamże, s. 147.

²⁵⁷ Wywiad z Michałem Ignarem, Warszawa, 14 kwietnia 2023, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, zarchiwizowany przez Autora.

do Warszawy i dzielili się nią z innymi. [...] Artystyczne wsparcie Mamy i Jurka funkcjonowało wiele lat. Ona mocniej stąpała po ziemi, on bardziej bujał w obłokach. Ale obojgu nie brakowało fantazji i odwagi. Można powiedzieć, że wzajemnie się nakręcali, jedno rzucało jakiś pomysł – mniej lub bardziej szalony – a drugie go rozwijało. [...] Myślę, że doskonale się dopełniali. Potrafili się zachwycać tymi samymi rzeczami. W owych czasach musieli przygotować pokaz mody od A do Z, a nie tylko projektować stroje. Wspólnie dobierali muzykę (wielokrotnie przywiezioną z Paryża), układali choreografię i dramaturgię, dobierali dodatki do kolejnych modeli. Sami wyłapywali dziewczyny, które zostawały modelkami – na ulicach, na dyskotekach, podczas castingów. W owych czasach nie było agencji modelingowych. Moda Polska posiadała własną „stajnię” – jak się wtedy mówiło – modelek i modeli. Mama uczyła nowicjuszek makijażu i chodzenia po wybiegu.

Magda Ignar zabierała syna do pracy, gdzie mógł podglądać funkcjonowanie domu mody od kulis. Sam przyznał, że szczególne wrażenie robiły na nim wyjątkowe pokazy, aranżowane w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych głównie przez duet projektantów. Ujmowała go również serdeczna atmosfera panująca w warszawskim domu mody²⁵⁸:

Jestem dzieckiem wychowanym w Modzie Polskiej. Mama często zabierała mnie do biura, jeszcze na Marszałkowskiej, potem bywałem na ulicy Kubusia Puchatka. Lubiałem przyglądać się, jak powstają ciuchy – te igły, mydełka krawieckie, skrawki tkanin o różnych fakturach i kolorach. Od lat siedemdziesiątych chodziłem na wszystkie pokazy kolekcji wiodących, które odbywały się dwa razy w roku, zwykle w pięknej sali w Pałacu Kultury. [...] Przypatrywałem się bardzo ładnym paniom, czyli modelkom, które były dla mnie bardzo sympatyczne. Do dzisiaj mam z wieloma serdeczne kontakty. Ludzie Mody Polskiej stanowią dla mnie swego rodzaju rodzinę. Przed pokazami mody, mogłem spędzić trochę czasu za kulisami, przypatrzeć się temu, jak rodzi się magia – zwykle towarzyszyła temu krzątania w pośpiechu i napięciu. [...] Pamiętam wiele pokazów mody, to zawsze było dla mnie, od dziecka, wielkie przeżycie. W owych czasach, były to bardziej teatralne show, dużą rolę odgrywały muzyka, reżyseria, światła. Wiele wyjść stanowiły scenki rodzajowe – np. wyjazd na narty, wyjście na plażę czy rozmowa w biurze. Gosia Niemen odgrywała fenomenalne pantomimy. Na wybiegu wiele się działo, niczym na scenie w teatrze. Modele i modelki wkładali w show swoją energię, mieli wiele własnych pomysłów, by ciekawie zaprezentować modę. Każde wyjście – które składało się z kilku do kilkunastu modeli – było innego projektanta. Mama tworzyła modę dla pań, Jurek dla panów, a także pań, Krysia Dziakowa robiła niesamowite rzeczy z dzianiny itd. Efekt końcowy był

²⁵⁸ Tamże.

naprawdę zjawiskowy. Przenosili bowiem wzorce z Paryża na siermiężny grunt PRL-u – tu takich rzeczy nikt nie widział. Zawsze po pokazie, podchodzili widzowie i pytali, gdzie będzie można kupić takie stroje, czapeczki, szaliczki czy torebki. Do dzisiaj różne wyjścia zapadły mi w pamięci. Najbardziej podobały mi się te wieczorowe, pełne elegancji i rozmachu, pod koniec pokazu. To było coś niesamowitego – jak z innego, niedostępnego nam wówczas, świata. Zwieńczeniem pokazu było pojawienie się panny młodej, prezentowano strój ślubny, bo tak się kiedyś kończyło kolekcje.

W jednym z pokazów to właśnie Magda Ignar wpadła na pomysł, by w roli nakryć głowy wykorzystać różowe worki na śmieci. Anegdota, którą przytoczyła w swojej książce Ewa Rzechorzek²⁵⁹, pojawiła się również podczas rozmowy z Michałem Ignarem. W wywiadzie wyłonił się obraz kobiety szalenie kreatywnej i zaradnej, nie bojącej się nowych wyzwań, która znakomicie radziła sobie nie tylko w sytuacjach zawodowych, ale również prywatnych²⁶⁰:

Pewnego razu Mama dostała od przyjaciół ze Szwecji worki foliowe do wyłożenia kosza. Wtedy w Polsce nie wykładano się koszy workami, ale gazetami – dziś można powiedzieć, że byliśmy wówczas eko. Taki worek foliowy był wtedy rarytasem, szkoda go było na śmieci! Warto dodać, że folia była w przepięknym różowym kolorze, więc Mama wymyśliła, że udrapuje z nich turbany. Swoją drogą bardzo lubiła wic na głowach modelek turbany z różnych materiałów. Na pokazie modelki poszły w tych niecodziennych nakryciach głowy. Nikt się oczywiście nie zorientował, co te eleganckie panie naprawdę mają na głowach. Wyglądały zjawiskowo, ten kolor, ta faktura zachwycały oczy w Polsce lat osiemdziesiątych. Mama dosłownie potrafiła zrobić coś z niczego, gdy natrafiała na jakieś braki, co w owych czasach zdarzało się dość często – czy to w pracy, czy w gospodarstwie domowym, zawsze coś wymyśliła, zawsze coś wykombinowała. Nigdy się nie poddawała. Gdy trafiała na ścianę, okazywało się, że po drugiej stronie coś jeszcze jest. Była osobą niesamowicie kreatywną, miała bardzo zręczne i precyzyjne ręce. Wymyślała niekonwencjonalne rozwiązania różnych problemów. Co by tu zrobić, żeby się jednak udało? Ta zdolność bardzo przydawała się w różnych sytuacjach, nie tylko w modzie, ale również w domu, np. gdy coś było potrzebne do samochodu czy w kuchni. Tata ukuł nawet powiedzenie: „Gdyby trzeba było, Mama ślepą kiszkę też by wycięła” i myślę, że się nie mylił. Warto tu dodać,

²⁵⁹ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska...*, dz. cyt., s. 228.

²⁶⁰ *Wywiad z Michałem Ignarem...*, dz. cyt.

że gdy była dziewczynką, marzyła o tym, by zostać chirurgiem, potem chirurgiczną precyzję stosowała w plastyce – np. potrafiła bez linijki narysować idealnie prostą kreskę.

Magda Ignar, po odejściu z Mody Polskiej w 1991 roku rozpoczęła pracę pod własnym nazwiskiem. Najpierw przy wsparciu finansowym ze strony Sobeśława Zasady, a następnie wspólnie z Bożenną Zeszutą. Na grunt autorskiej marki przeniosła doświadczenia zdobyte właśnie w Modzie Polskiej, będąc odpowiedzialną nie tylko za proces projektowy, ale również inne zadania związane z prowadzeniem działalności²⁶¹:

Zaczęła prowadzić firmę pod własną marką „Magda Ignar”, zajmowało jej to bardzo wiele czasu. Wstawała bladym świtem, a często kończyła późnym wieczorem. To była ciężka harówka. Była osobą, która czuła się odpowiedzialna za wszystko. Prócz projektowania strojów w zasadzie robiła wszystko, od zdobycia guzików, materiałów, noszenia ciuchów do magazynu, pertraktacji z potencjalnymi nabywcami... W tamtych czasach zdobywało się materiały we Włoszech, więc we dwie z Bożenną Zeszutą, jeździły do Włoch, gdzie zaprzyjaźnione osoby im te materiały sprzedawały. Jechały same przez pół Europy samochodem! Gdzieś musiały przenocować, gdzieś ten samochód trzeba było zabezpieczyć, żeby im nie ukradli tkanin. To były lata dziewięćdziesiąte, więc nasza rzeczywistość przypominała Dzikie Zachód. Powiem szczerze, że my z Tatą bardzo się o nie martwiliśmy podczas tych wyjazdów, nie lubiliśmy, gdy bodaj dwa razy w roku wyruszały w daleką drogę. Na szczęście nigdy nie przytrafiło im się nic złego. Podejrzewam, że dzisiaj firma miałaby dział, który zajmowałby się sprowadzaniem tkanin, a Mama mogłaby się skupić na projektowaniu. Natomiast wtedy, ponieważ czuła się odpowiedzialna za wszystko i za wszystkich, robiła absolutnie wszystko, co było do zrobienia, co oczywiście zajmowało czas i kosztowało ją bardzo dużo energii i stresu. To były bardzo stresujące lata, muszę powiedzieć. Mama miała satysfakcję, bo ciuchy cieszyły się powodzeniem i były nabywane przez sklepy na terenie całej Polski, marka się rozrastała, ale okupione to było wielkim zmęczeniem... Nie powiem, że był to biznes, który nagle wystrzelił, ale Mama miała wierne klientki. Do dziś na Allegro czy OLX można nabyć ciuchy z metką „Magda Ignar”. Mama widziała na ulicy niejedną elegantkę, która po latach wciąż chodziła w jej „kostiumiku” czy „płaszczyku” (sama czasem zdrabniała nazwy ciuchów – taki miała do nich czuły stosunek) i nadal prezentowała się doskonale.

²⁶¹ Tamże.

Szczególnie w tym czasie projektantka zainteresowała się konstrukcją ubrań, a manekin na którym pracowała do dzisiaj stanowi rodzinną pamiątkę²⁶²:

Od lat dziewięćdziesiątych, gdy Mama pracowała w firmie pod własnym szyldem, bardzo zainteresowała się krojem, wiele czasu poświęciła, by nauczyć się tej sztuki. W jej pokoju stał manekin, który przechowuję do dzisiaj, na nim upinała szpilkami wykrój ubrania z kalki technicznej i układała tak, by dobrze leżał na ciele, by kobieta czuła się w jej stroju wygodnie w każdej sytuacji – kiedy stoi, siedzi, tańczy czy jedzie samochodem – to od zawsze było dla Mamy ważne. Pokazywała mi, jak na szyi manekina układa się wykrój kołnierza, czule poprawiała go dłonią, by było jak najlepiej. Kiedyś powiedziała mi, że najbardziej marzyłaby o tym, by formować strój na manekinie z surowej bawełny, by móc na bieżąco wszystko korygować.

Zamykając rozdział poświęcony Modzie Polskiej, warto przywołać definicję mody, zaproponowaną przez Jerzego Antkowiaka w kategoriach przemijania²⁶³:

Czym jest moda? Z wszystkich określeń zostałbym jednak przy przemijaniu. [...] Przemijanie jest niezbędne, bo gdyby ta moda była ze stali, opancerzona i niezniszczalna, nie byłoby żadnego przemijania, bo by się całe dziesiątki lat nosiło to samo. Jeżeli słowo przemijanie towarzyszy modzie, to znaczy, że ono jest potrzebne, że coś nam się opatrzyło, coś się skróciło, coś odbarwiło i się z tym rozstajemy z ulgą. Mamy potrzebę nabycia czegoś. Może czegoś nowego, może czegoś innego [...] Przemijanie! Choć to brzmi tak żałobnie, ale nie jest... Nie jest to przemijanie związane ze starością i z chorobami. To jest przemijanie fasonów, przemijanie gatunku tkaniny. Poza tym w słowie „przemijanie” jest nadzieja, że jak coś przeminie, to będzie nareszcie coś nowego! [...] W PRL-u to był jeszcze cień nadziei, że i ten cholerny PRL przeminie! To słowo „przemijanie” miało taki wydźwięk optymistyczny!

Razem z przemianami politycznymi przeminął ustrój socjalistyczny, a wraz z nim zasady i regulacje centralnie sterowanej gospodarki. Sama Moda Polska nie odnalazła się w kapitalistycznej rzeczywistości. W latach dziewięćdziesiątych podejmowano próby ratowania zadłużonego domu mody. Wierzyście nie chcieli się jednak zgodzić na przekształcenie

²⁶² Tamże.

²⁶³ Wywiad z Jerzym Antkowiakiem, dz. cyt.

przedsiębiorstwa w spółkę. Ostatecznie początkiem grudnia 1997 roku dokonano sprzedaży za prawie dziewięć milionów złotych²⁶⁴. Pozostały ponadczasowe projekty, które wciąż można odnaleźć na aukcjach internetowych, wystawach muzealnych, czy w szafach Polek.

²⁶⁴ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska*. Warszawa, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2018, s. 400.

7. Grażyna Hase i Barbara Hoff – modowe freelancerki z czasów PRL

O ile większość projektantów i projektantek pozostawała w PRL anonimowa, o tyle Barbara Hoff i Grażyna Hase zyskały wyjątkowy status projektując pod własnymi nazwiskami. Używając współczesnej nomenklatury, śmiało można je określić mianem „freelancerek” z czasów PRL, nie były bowiem na stałe związane przez wiele lat z określonym zakładem odzieżowym. Obie kobiety ze względu na krótkie, bardzo podobnie brzmiące nazwiska regularnie mylono²⁶⁵:

Trudno zliczyć błędnie podpisane zdjęcia, zwracanie się do jednej imieniem tej drugiej i na odwrót. [...] Andrzej Rosiewicz opowiadał, jak kiedyś przeprowadził wielogodzinną rozmowę z grupą ludzi, którzy uważali, że Hase i Hoff to jedna osoba, a on się bił w piersi i zapewniał, że zna obie i to są dwie różne kobiety.

Co ciekawe projektanckie debiuty Grażyny Hase i Barbary Hoff przypadły na ten sam rok i oba związane były z Zakładami Przemysłu Odzieżowego „Cora”. 7 listopada 1967 roku w studenckim klubie Dziekanka Grażyna Hase zaprezentowała kolekcję „Kozak Look”, zainspirowaną historią i kulturą Rosji. Pokaz był związany z obchodami pięćdziesiątej rocznicy rewolucji październikowej i spotkał się z tak dużym zainteresowaniem, że powtórzono go kilkukrotnie m.in. w warszawskiej Stodole²⁶⁶. Ikoniczne stało się zdjęcie projektantki prezentującej na wybiegu tweedowy kostium z minispódniczką nawiązujący do charakterystycznego stroju Włodzimierza Lenina. Fotografia trafiła również na łamy brytyjskiego „The Sunday Times”²⁶⁷, zyskując status kultowej²⁶⁸:

²⁶⁵ Krzysztof Tomasiak, *Grażyna Hase. Miłość, moda, sztuka*, Wydawnictwo Marginesy, Warszawa 2016, s. 61-63.

²⁶⁶ Tamże, s. 157.

²⁶⁷ Joanna Kowalska, Małgorzata Mozdżyńska-Nawotka, *Modna i już...*, dz. cyt. s. 91.

²⁶⁸ Krzysztof Tomasiak, *Grażyna Hase...*, dz. cyt., s. 151.

Nie ma w historii polskiej mody takiego drugiego przypadku, aby zaistnieć pierwszą kolekcją. Grażynie Hase ta sztuka się udała! Zyskała nie tylko uznanie i popularność, miała też otwarte drzwi, by kontynuować swoją pasję. Do dzisiaj zdjęcia z kolekcji *Kozak Look* są znakiem firmowym projektantki, a fotografia przedstawiająca ją samą w kostiumie à la Lenin jest obowiązkowym elementem każdej książki czy wystawy o modzie PRL-u.

Nie było długich przygotowań i obmyślenia koncepcji, wszystko potoczyło się błyskawicznie. W sierpniu 1967 roku Grażyna Hase jako modelka przez miesiąc przebywała w Moskwie. W przeciwieństwie do koleżanek, które zarobione pieniądze inwestowały w złotą biżuterię, ona za diety kupiła oryginalne czapki rosyjskie. Z podróży Hase wróciła naładowana wrażeniami i emocjami, które musiały gdzieś znaleźć ujście. Do futrzanych czap potrzebowała płaszczy, więc zaczęło się notowanie pomysłów, jak te okrycia mają wyglądać. Najważniejsze projekty powstały na serwetkach w trakcie obiadu, na którym była z mężem w Związku Literatów. Wowo Bielicki zachęcał żonę, by pracowała dalej i zastanowiła się nad tym, jak swoje pomysły wykorzystać na większą skalę. Ze zwitkiem serwetek Hase poszła do Józefa Syroki, dyrektora Warszawskich Zakładów Przemysłu Odzieżowego, którego znała jako znakomitego menadżera i człowieka otwartego na nowe pomysły. Zapytała, czy w związku z przypadającą wówczas pięćdziesiątą rocznicą rewolucji październikowej planowana jest jakaś akademia „ku czci”. Dyrektor początkowo nie rozumiał, dlaczego modelka pokazuje mu jakieś rysunki i wypytuje o najbliższe plany firmy. Wiedziony instynktem, zaryzykował, godząc się, aby w ramach części artystycznej obchodów urządzić pokaz mody inspirowany historią Rosji. W tym czasie Warszawskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego przemieniały się w Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Cora” i nietypowy pokaz okazał się świetną trampoliną do wylansowania nowej nazwy.

Motyw papierowych serwetek pojawił się również we wspomnieniach samej Grażyny Hase²⁶⁹:

Ten pierwszy kontakt to był ten dyrektor Syroka, który nie wiadomo dlaczego uwierzył, że ja zrobię tę pierwszą kolekcję. Przyniosłam szkice na takich bibułkowych serwetkach, na których naszkicowałam coś i w miesiąc powstała kolekcja, gdzie on ryzykował. To było duże przedsięwzięcie i ryzyko wyprodukowania około sześćdziesięciu modeli. Cały zespół pracował, była wielka wzorcownia. To była zasługa tych wykonawców, że cała kolekcja powstała w miesiąc.

²⁶⁹ Wywiad z Grażyną Hase, Warszawa, 21 września 2021 roku, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, zarchiwizowany przez Autora.

Z kolei na przełomie października i listopada 1967 roku anonsowano na łamach „Przekroju” pojawienie się w sprzedaży pierwszej kolekcji Barbary Hoff dla Domów Towarowych Centrum złożonej z dziesięciu modeli sztruksowych sukienek. Pierwszy z projektów pod hasłem „Jaskółka naszej kolekcji” zaprezentowano w numerze 1177 opublikowanym 29 października 1967 roku²⁷⁰:

Za tydzień – nasza własna kolekcja. Będą to sukienki ze sztruksu, na co dzień. Różne fasony, różne kolory. Ta jest w oryginale ostra zielona, fason młodzieżowy, ale inne będą i dla mam. Na razie Warszawskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego pracownicy je szyją starając się o stosowne klamry, guziki i zamki błyskawiczne. Miejmy nadzieję, że wszystko będzie dobrze i wkrótce będzie można nabyć naszą kolekcję w warszawskim Cedecie.

Sukienkę oznaczoną numerem 1 pokazano ponownie z czterema kolejnymi w numerze 1178 z 5 listopada 1967 roku. Modele sfotografował Tadeusz Rolke, a na zdjęciach pojawiły się Izabela Łapka i Lucyna Witkowska²⁷¹:

Są to zwykłe sukienki na co dzień. Sztruks jest bardzo modny i wiosną nadal będzie modny. Doskonale nadaje się na modne teraz typy sukienki na co dzień: płaszczowe lub koszulowe. Są one łatwe w noszeniu, nie wymagają super dodatków, lubią grube pończochy, boty, półbuty. Są tanie (hm, powiedzmy: dość tanie), kolorowe, twarzowe. Na pewno nie postarzają. Od razu powiedzmy sobie szczerze o sztruksach, żeby nie było rozczarowań, że wycierają się, niektóre się gniją, z tym, że sztruks jak i np. popelina, nie razi tak bardzo kiedy jest trochę wygnieciony.

Sukienki te pomyślałam jako młodzieżowe. Bo co chwilę słyszy się i czyta, że jest brak ubrań dla młodzieży od 17 do 20 roku życia. Ja bym to rozszerzyła na od 16 do 25. Jest to grupa w naszym kraju bardzo liczna i rzeczywiście nie za wiele mogąca znaleźć dla siebie w sklepach

z konfekcją, a lubiąca się ubrać i to modnie, dlatego kolekcję sztruksową głównie tej grupie poświęcam, choć nasze sukienki nadają się (może nie wszystkie fasony, ale większość) w zasadzie na każdy wiek.

²⁷⁰ Barbara Hoff, *Jaskółka naszej kolekcji*, „Przekrój”, nr 1177 1967, s. 12, online: <https://przekroj.pl/en/archive/artykuly/48140?f=numer> [dostęp: 1 września 2024].

²⁷¹ Barbara Hoff, *Sukienki ze sztruksu*, „Przekrój”, nr 1178 1967, s. 12, online: <https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/32124?f=autor:41> [dostęp: 1 września 2024].

Można je nosić jak na zdjęciach, można z szaliczkiem pod szyją, z paskiem, z paskiem-łańcuszkiem. Można nosić je na sweter z golfem, wtedy odpięte u góry. A przede wszystkim w zimie na ciepłą bieliznę, bo są dość obszerne. Będzie można nosić je wiosną na ulicy.

Druga część kolekcji (sukienki o numerach od 6 do 10) zaprezentowano w numerze 1179 z 12 listopada 1967 roku. Tym razem na zdjęciach, ponownie wykonanych przez Tadeusza Rolke, obok Izabeli Łapki wystąpiła Grażyna Hase. Modelkom towarzyszył tancerz Gerard Wilk²⁷²:

Dziś dalsze i to już ostatnie sukienki naszej sztruksowej kolekcji. Jak pisaliśmy w poprzednim numerze, sukienki te, wyprodukowane przez Warszawskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego będą w sprzedaży w warszawskim Cedecie na 6 piętrze jeszcze przed 15 listopada. Oczywiście nie ma jak samemu polecieć, zobaczyć, wybrać sobie model, kolor, rozmiar. – Lecz powtarzamy – będą te sukienki również w sprzedaży wysyłkowej. Poniżej zamieszczam wzór zamówienia, który można wyciąć i po wypełnieniu przesłać, a można przepisać to samo na karcie pocztowej albo w liście.

Zainteresowanie przerosło oczekiwania, na łamach „To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL” Aleksandra Boćkowska podjęła próbę przedstawienia historycznej atmosfery związanej z pierwszymi kolekcjami Barbary Hoff, celowo stosując czas teraźniejszy²⁷³:

Za tydzień pojawiają się w Cedecie. Pod naporem tłumu pękają szyby. Ludzie biorą, co popadnie, nieważne, jaki rozmiar i który fason. Kupują albo wynoszą. Rozbierają nawet manekiny. Giną paski i krawaty. Piekło. Ekspedientki zamykają projektantkę na zapleczu i każą jej przysiąc, że już nigdy im tego nie zrobi.

Zainteresowanie było tak duże, że sprzedaż wysyłkowa okazała się fiaskiem, więc kolejna kolekcja wprowadzona została już bez tej opcji. Zainteresowanym klientkom pozostały jedynie zakupy stacjonarne²⁷⁴:

²⁷² Barbara Hoff, *Kolekcja własna Przekroju: Sztruksowe sukienki (dokończenie)*, „Przekrój”, nr 1178 1967, s. 12-13, online: <https://przekroj.pl/en/archive/artykuly/44633> [dostęp: 1 września 2024].

²⁷³ Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy...*, dz. cyt, s. 115.

²⁷⁴ Tamże, s. 115.

Znowu szaf, kolejki, traktowanie. Już bez sprzedaży wysyłkowej, pierwszy raz pokazał, że na to nikt nie jest przygotowany, zainteresowanie przerosło możliwości – zgłoszeń przyszło siedem tysięcy, sukienek odłożono dwieście.

Obie projektantki zanim na poważnie zaczęły zajmować się tworzeniem kolekcji, zadebiutowały w modzie w innych rolach, Grażyna Hase jako modelka w 1957 roku wzięła udział w warszawskiej sesji Wandy Gawrońskiej, a zdjęcie z jej udziałem autorstwa Wojciecha Plewińskiego pojawiło się na okładce „Przekroju”, z którym z kolei od 1954 roku była związana Barbara Hoff, zatrudniona w roli redaktorki działu poświęconego modzie (początkowo dział ten współprowadziła z Janiną Iphorską)²⁷⁵:

Podobno wszystko zaczęło się przy kawiarnianym stoliku, przy którym Marian Eile, z wykształcenia plastyk, zagadał się z rezolutną, zbuntowaną i szykowną absolwentką historii sztuki. Absolwentka narzekała na szarość polskich ulic, na to, jak ludzi ten ustrój pobrzydza, a przecież wystarczyłoby czytelniczkom i czytelnikom „Przekroju” pokazać, jak przy odrobinie pomysłowości mogliby się lepiej ubrać. Nie umiała rysować modelek, za to same sylwetki ubrań, raczej przekroje niż wykroje, wychodziły jej całkiem dobrze, bo miała oko do proporcji i szczegółów: potrafiła kilkoma kreskami oddać to „coś”, co stanowiło o uroku i esencji nowego fasonu. Miała też pomysły. Zaczęła współpracować z Iphorską z początku anonimowo, rysunki podpisywała od następnego roku, stopniowo przejmowała też felietony. W 1958 roku ukazał się w Iskrach poradnik „Jak oni mają się ubierać”, wspólnego autorstwa Kamyczek i Hoff. Po pięciu latach od debiutu weszła do zespołu redakcyjnego i potem już sama aż do 2002 roku prowadziła rubrykę o modzie w dawnym „Przekroju”.

Obie projektantki nie miały również formalnego wykształcenia w kierunku projektowania mody. Barbara Hoff ukończyła historię sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim, a Grażyna Hase studiowała architekturę wnętrz i grafikę na Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie. Nie przeszkodziło im to jednak w uzyskaniu statusu jednych z najbardziej znanych polskich projektantek.

²⁷⁵ Justyna Jaworska, *Raczej przekroje niż wykroje. Hoff w „Przekroju”*, [w:] Jacek Friedrich, Weronika Szerle (red.), *Barbara Hoff. Polskie Projekty Polscy Projektanci*, Muzeum Miasta Gdyni, 2019, s. 31.

W 2019 roku w Muzeum Miasta Gdyni otwarto monograficzną wystawę poświęconą Barbarze Hoff w ramach cyklu „Polskie Projekty Polscy Projektanci”. Ekspozycji towarzyszył bogato ilustrowany katalog, w którym znalazła się również sesja autorstwa Zuzy Krajewskiej. Ubrania projektu Barbary Hoff z kolekcji Muzeum Narodowego w Warszawie oraz Centralnego Muzeum Włókiennictwa w Łodzi sfotografowano we współczesnym kontekście, pokazując ich ponadczasowy charakter²⁷⁶. Weronika Szerle, kuratorka wystawy, zwróciła uwagę, że Barbara Hoff, a właściwie jej nazwisko to synonim projektu o charakterze teoretycznym (opisywanie trendów wraz z odręcznymi rysunkami), praktycznym (porady dotyczące modnych przeróbek) i ulicznym (fotoreportaż). Z czasem dziennikarka zaczęła szyć modne wzory z pomocą zaprzyjaźnionej krawcowej (projekt w małej skali), które następnie fotografowano i publikowano na łamach „Przekroju”. Kolejnym etapem było poszukiwanie zakładów chętnych do produkcji projektów na potrzeby sesji zdjęciowych (projekt w średniej skali). Ostatecznie Barbara Hoff wpadła na pomysł masowego odszywania projektowanych modeli, które początkowo sprzedawano jako kolekcje własne „Przekroju” (projekt masowy)²⁷⁷. Nazwa Hoffland pojawiła się dopiero w 1977 roku jako efekt konkursu wśród studentów trzeciego i czwartego roku Katedry Projektowania Wystaw Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie na projekt stoiska i wystawy kolekcji²⁷⁸:

Nić sympatii łącząca D.T. „Centrum” z Katedrą Projektowania Wystaw na ASP w Warszawie (pod kierunkiem pedagogów: prof. Kazimierza Nity, doc. Henryka Wiśniewskiego i adiunkta Jacka Damięckiego) dała w efekcie pomysł zrobienia konkursu wśród studentów 3 i 4 roku na projekt stoiska i wystawy naszej kolekcji. Trzy zespoły zrobiły projekty tychże + oprawa plastyczna

²⁷⁶ Jacek Friedrich, Weronika Szerle (red.), *Barbara Hoff. Polskie Projekty Polscy Projektanci*, red., Muzeum Miasta Gdyni, 2019, s. 194-222.

²⁷⁷ Weronika Szerle, *Projekt Hoff*, [w:] Jacek Friedrich, Weronika Szerle (red.), *Barbara Hoff. Polskie Projekty Polscy Projektanci*, 2019, s. 31.

²⁷⁸ Barbara Hoff, *Moda na zakończenie*, „Przekrój” nr 1663 1977, s. 21, online: <https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/5534?f=numer> [dostęp: 8 września 2024].

pokazu. Niestety każdy był znakomity, świeży i miał swój odrębny styl, a był bardzo w duchu kolekcji. Wybór zatem prawie niemożliwy. Na koniec wzięto stoisko z jednego projektu, wystawę z drugiego, a trzeci (oj, jaki efektowny) ze względu na najtrudniejsze wykonanie, a termin był bardzo krótki, odjechał w przyszłość i do sąsiedniego domu.

Autorki stoiska – Barbara Danicka, Barbara Kontkiewicz i Ewa Siwek – zrobiły konstrukcję z żelaznych prętów, płóciennych płacht i surowych desek. Prócz tego wymyśliły hasło: Hoffland. Całą przestrzeń zaaranżowano tak, że ma charakter targu. Dwa stoiska naprzeciw siebie, a w środku u góry wiszą – jak w wielkiej szafie, albo jak na straganie – wszystkie rzeczy, które są w tym momencie w sprzedaży.

A znów autorzy wystaw: Kinga Pawlicka, Ewa Poradowska, Marek Lekszycki i Tadeusz Szymoński wystawę zrobili trochę teatralną, trochę happeningową, która wychodziła poza witrynę aż na ulicę i była bardziej „wydarzeniem” na ulicy niż tradycyjną wystawą. Wielkie białe postaci o ekspresyjnych ruchach nadawały jej dynamizmu i były bardzo nowe w pomyśle, dalekie od manekina sklepowego.

Joanna Dobkowska-Kubacka i Aneta Pawłowska analizując fenomen Hofflandu wskazały na następujące czynniki sukcesu marki²⁷⁹:

- Postrzegano produkty jako najmodniejsze z dostępnych w handlu;
- Krótki czas między projektem a gotowym produktem;
- Różnorodność stylów, fasonów i kolorów;
- W 1981 roku wprowadzono pojedyncze modele szyte poza ramami sezonowych kolekcji;
- Wiele wariantów kolorystycznych i materiałowych (wyjątek stanowiły produkty, które odszyte z innej tkaniny traciły charakter, np. kurtki budrysówki);
- Możliwość łączenia poszczególnych elementów kolekcji;
- Instrukcje Barbary Hoff na łamach „Przekroju” dotyczące zestawiania poszczególnych elementów;
- Moda uniseks i zachęcanie kobiet do noszenia rzeczy z męskiej kolekcji;

²⁷⁹ Joanna Dobkowska, Aneta Pawłowska, *Barbara Hoff...*, s. 174-184.

- Promocja stylu sportowego, luźnego i mniej formalnego np. postrzępione brzegi, marynarki bez podszewek;
- Dostępność dwóch linii (jedna supermodna, śmiała w kroju, awangardowa i druga bardziej klasyczna jako ponadsezonowa baza).

Fenomen Hofflandu w swoich wspomnieniach przywołał m.in. Zbigniew Hajzer²⁸⁰:

Czasem można było coś ciekawego upolować z kolekcji Hofflandu znajdującego się w DTC. Miałem zawsze sygnały od siostry, że właśnie weszła do tego salonu nowa dostawa, warto więc przyjechać na zakupy. Hoffland i koncepcja ubierania się stworzona przez Barbarę Hoff to był prawdziwa rewolucja. Oto na rynku, na którym było bardzo marnie, pojawiła się marka oferująca kolekcje projektowane z myślą o młodzieży, zgodnie z najnowszymi zachodnimi trendami, za rozsądne pieniądze. Ubieranie się w Hofflandzie pozwalało na bycie modnym, było wyznacznikiem gustu wśród młodzieży. Dlatego w dniu dostawy na rozpoczęcie sprzedaży czekał pod salonem tłum młodych ludzi. To był szpan. Gdy były modne zamasytne szale, to się tak układało, aby było widać wszyte długie metki Hofflandu.

Również we wspomnieniach Ryszarda Rembiszewskiego Hoffland zajmuje istotne miejsce²⁸¹:

Głównym źródłem zaopatrzenia w modne ubrania dla warszawskiej młodzieży był Hoffland. Stało się w długich kolejkach i czekało cierpliwie na to, co rzucą. Pani Barbara Hoff była wtedy wyrocznią mody, projektowała tak wspaniale, że kupowało się wszystko to, co pojawiło się na wieszakach.

Choć dzisiaj postrzegamy Hoffland jako modowy fenomen, w rozmowie z Aleksandrą Boćkowską Barbara Hoff przyznała, że praca w podwójnej roli projektantki i redaktorki wiązała się z szeregiem komplikacji i wymagała ogromnych wyrzeczeń²⁸²:

²⁸⁰ Agnieszka L. Janas, *Dandysi i dżentelmeni...*, dz. cyt., s. 62.

²⁸¹ Tamże, s. 133.

²⁸² Aleksandra Boćkowska, *Barbara Hoff: Nikt nie mówił: „Ale sukces”, tylko: „Zrób coś, żeby tych kolejek nie było”*, Wyborcza.pl, 16 lipca 2016, online: <https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059>

Przypomnę może: pani projektowała modę, prowadziła autorską rubrykę w szalenie popularnym tygodniku „Przekrój”, a potem - stoisko w Domach Centrum, gdzie po ciuchy przyjeżdżali ludzie z całej Polski. Stali po nocach w kolejkach. Nic przyjemnego, naprawdę?

- Nic. Po pierwsze, przez 13 lat robiłam to za darmo. Po drugie, byłam bez przerwy opieprzana za te kolejki. Nikt nie mówił: „Ale sukces”, tylko: „Zrób coś, żeby tych kolejek nie było”. Na jednym końcu Polski szłam górę, na drugim dół i jeszcze gdzieś bluzkę, żeby to się jakoś złożyło, a działało się to przy całkowitym braku materiałów i pretensjach fabryk oraz spółdzielni, że zawracam głowę. Ludzie klęli! „Ja bym kupiła tę spódnicę, ale zamek błyskawiczny jest popsuty” - mówiła klientka. Tłumaczyłam więc, że niestety, przychodzą panie, mierzą, czasem przy tym zamek trzaska, zwłaszcza że zamki były, jakie były, nie bardzo dobre. I miałam ich 107, a następne 200 spódnic czekało, aż gdzie indziej znajdę zamki. No ale ludzie całą złość na socjalizm, który nie wyrabiał się z dostawami, wywalali na ekspedientki, na mnie. Mówiłam nieraz: „Ekspedientka niewinna, proszę pójść do fabryki opieprzyć”. I szli! Szczęściem większość fabryk nie była w Warszawie. No więc wieczne pretensje o wszystko. Raz nawet windziarka wyrzuciła mnie z windy, jak wiozłam stos pudełek z butami. Spyskowała mnie, że to nie jest winda dla pracowników. W windzie miała władzę, więc mogła. W Domach Centrum przez lata nie miałam nawet biurka i telefonu, załatwiałam wszystko z domu, jeździłam własnym samochodem. W „Przekroju” mówili mi, że przecież mam sklep w Warszawie, i dawali najniższą wierszówkę.

Kiedy dostałam zawału, pamiętam, że pomyślałam z ulgą: „Boże, to mój pierwszy wolny dzień od 11 lat!”. No, nie całkiem wolny, bo był deadline w „Przekroju”, trzeba było wysłać modę. Nie wolno wchodzić na OIOM, ale jak wiadomo, są sposoby na wszystko, więc przyszedł Robert. Klęczał przy moim łóżku, żeby go nie było widać, a ja dyktowałam. Na stole w domu były rozłożone zdjęcia, które mają iść do numeru. Pamiętałam je oczywiście. Powiedziałam, które ma wziąć i jak podpisać. On to wszystko zrobił. Wysłał w terminie. Zapłacili 30 zł. To tak jakby dzisiaj 3 zł. Dlaczego? Bo krótki tekst! Wtedy poczułam, że urywa mi się ucho do „Przekroju”.

Swoje działania projektantka postrzegą jako formę buntu, walki z socjalistycznym systemem. Z perspektywy czasu przyznała również, że praca na dwóch etatach wpędziła ją w pracoholizm ²⁸³:

Ale jeszcze długo pani publikowała. I długo robiła Hoffland. Dlaczego właściwie?

,20408370,barbara-hoff-nikt-nie-mowil-ale-sukces-tylko-zrob-cos.html# [dostęp: 8 września 2024].

²⁸³ Tamże.

- Bo chciałam ludziom powiedzieć, co jest modne. Żeby wiedzieli.

Bo to jednak ważne?

- Dzisiaj nawet trochę głupio mi o tym mówić, bo jest już zupełnie inaczej. Obawiam się, że mało kto to zrozumie. Ale wtedy to było bardzo ważne. To była nasza walka o wolność, walka z rusyfikacją. Ona w latach 50. obejmowała wszystko: sztukę, kulturę, mieszkania, styl życia, wygląd, politykę, cały świat. A ja miałam wbite do głowy, że istnieje etos inteligencji, że inteligencja ma coś robić dla kraju, a nie dla siebie. Że jest ciasno zaciągnięta żelazna kurtyna, ale przecież jesteśmy w Europie i nie możemy pozwolić się wypchnąć. Było ważne, żeby kultura była światowa. A już było widać na ulicach, że ten radziecki wzorzec wjeżdża. Młodzież chłopsko-robotnicza nie zdominowała wbrew pozorom uczelni, ale ulicę tak. Oni byli z definicji lepsi, oni zostawali dozorcami, którzy mogli na ciebie donosić, i dyrektorami - rządzili. Zarazem byliśmy ciekawi, co dzieje się na Zachodzie, chcieliśmy wiedzieć. Jeśli nawet udawało się słuchać zachodniego radia, to w radiu nic nie widać. Wymyśliłam więc tę modę, bo uważałam, że moda otwiera ludzi na coś nowego, innego, na świat. Uczy tolerancji. A jak się otworzy głowę na to, to otworzy się też na inne rzeczy.

Osiągnęła to pani?

- Nie.

Nie? Nie miała pani w 1989 roku poczucia, że wyjęła cegielkę z muru?

- Do tej chwili mam takie poczucie, ale nikt mi tego nie mówi.

Jak to nie?!

- Pytają mnie, co jest modne, albo opowiadają, jaką spódnicę kupili w Hofflandzie 30 lat temu. Czasem tylko ktoś powie: „Ile ty zrobiłaś?!”. Na przykład Andrzej Wajda potrzepuje mną od czasu do czasu i mówi: „Słuchaj, to tak nie może być! Trzeba coś zrobić, nagrać wszystko, ty zrobiłaś taką wielką rzecz!”. A ja sobie myślę: „To ja jeszcze na starość mam coś kręcić, pisać?!”. Ludzie, dajcie mi spokój. Ja nic nie chcę robić. Ja się tak narobiłam, że doszłam do ściany. Że jeszcze tydzień, a zwariowałabym, trzeba by było mnie wiązać. Wpadłam w pracoholizm, ja już nic nie robiłam, tylko robiłam.

Z kolei od kwietnia do września 2022 roku w Muzeum Warszawy dostępna dla zwiedzających była wystawa „Grażyna Hase. Zawsze w modzie”.

W czterech chronologicznych sekcjach zaprezentowano sylwetkę Grażyny Hase jako modelki, projektantki, twórczyni marki oraz mentorki²⁸⁴:

W 2015 i 2017 roku do Muzeum Warszawy trafił obszerny zbiór ubiorów i rysunków projektowych Grażyny Hase – w sumie 354 obiekty, co stanowi największy i najpełniejszy element kolekcji mody w Muzeum. Widać w tym zbiorze oryginalność stylu Hase, ale jest on także świetnym materiałem do badań nad specyfiką rynku mody okresu PRL i transformacji ustrojowej, działalnością warszawskich instytucji związanych z tą branżą, a także nad kształtowaniem się statusu projektanta mody w Polsce. Wystawa [...] i publikacja [...] to efekt wieloletnich badań i intensywnej pracy kustoszki kolekcji mody w Muzeum Warszawy, Agnieszki Dąbrowskiej. W efekcie powstała pierwsza duża retrospektywa Hase oraz wyjątkowa, obszernie ilustrowana, kompletna monografia warszawskiej projektantki.

W 1968 roku Grażyna Hase zaprojektowała młodzieżową kolekcję „Ubieramy nastolatkę” dla Zakładów Przemysłu Odzieżowego „Cora”²⁸⁵. Jesienią tego samego roku zaprezentowała tzw. kolekcję militarną nawiązującą do Defilady Tysiąclecia z 1966 roku²⁸⁶. W latach siedemdziesiątych XX wieku została główną projektantką „Cory”, ale współpracowała również z innymi zakładami m.in. Cepelią, dla której projektowała kozuchy²⁸⁷. W 1977 roku została kierownikiem artystycznym utworzonego w porozumieniu ze Stołecznym Przedsiębiorstwem Handlu Wewnętrzny Studia Mody²⁸⁸. Chcąc działać jako niezależna projektantka w 1980 roku (prowadzenie działalności handlowej nie było możliwe w ramach centralnie sterowanej gospodarki) otworzyła galerię sztuki na Marszałkowskiej 6/2 w Warszawie²⁸⁹.

²⁸⁴ Karolina Ziębińska-Lewandowska, Wstęp [w:] Agnieszka Dąbrowska (red.), *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2022, s. 7.

²⁸⁵ Krzysztof Tomasik, *Grażyna Hase...*, dz. cyt., s. 169.

²⁸⁶ Joanna Regina Kowalska, Małgorzata Moźdzynska-Nawotka, *Nowoczesna projektantka w PRL*, [w:] Agnieszka Dąbrowska (red.), *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2022, s. 21-24.

²⁸⁷ Krzysztof Tomasik, *Grażyna Hase...*, dz. cyt., s. 195.

²⁸⁸ Agnieszka Dąbrowska, *Jak się robi modę*, [w:] Agnieszka Dąbrowska (red.), *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2022, s. 100.

²⁸⁹ Krzysztof Tomasik, *Grażyna Hase...*, dz. cyt., s. 329-330.

Po sukcesie miejsca, otworzyła drugą tego typu placówkę w 1988 roku na Rynku Starego Miasta²⁹⁰. Projektowała również kostiumy filmowe m.in. do takich tytułów jak²⁹¹: „Głowy pełne gwiazd” (reż. Janusz Kondratiuk, Polska, 1974 rok), „Motylem jestem, czyli romans czterdziestolatka” (reż. Jerzy Gruza, Polska, 1976 rok), „Spotkanie na Atlantyku” (reż. Jerzy Kawalerowicz, Polska, 1980 rok), „Zygfryd” (reż. Andrzej Domalik, Polska, 1986 rok) oraz estradowe m.in. dla Ireny Jarockiej, Haliny Frąckowiak, Anny Jantar, zespołu Dwa Plus Jeden²⁹².

W przeprowadzonej we wrześniu 2021 roku rozmowie Grażyna Hase zwróciła uwagę, że w czasach PRL starano się naśladować zachodnie rozwiązania²⁹³:

Dążyli do tego, żeby wszystko było jednakowe. Na przykład pojawił się w modzie płaszcz ortalion, ale ortalion z Zachodu był inny, a polski szeleścił, także jak Pan chodził, to było słyhać, że Pan chodzi w ortalionie polskim. Kiedy wymyślono tergal na świecie, to w Polsce była elana. [...] Wie Pan, było, ale gorsze! Potem, jak już tkanina była niezła, to nie miała kolorów. Dlaczego nie miała kolorów? Dlatego, że barwniki kosztują. Trzeba było sprowadzać z Zachodu. Nigdy nie było dobrego granatu, tylko był taki granat, jakby Pan umył podłogę. Tak było! Pojawiały się różne zwiastuny, bo w każdej firmie był jakiś nieobliczalny człowiek, który miał tam coś... jak ja mówię „zakręcone we łbie” i robili piękne rzeczy, ale robili mało. Nawet jeżeli to pojawiło się w sprzedaży, to znikало, po prostu wsiąkało, bo przecież społeczeństwo potrzebowało. To była olbrzymia ilość ludzi, po tej strasznej wojnie, gdzie nie było nic. Albo się chodziło w tych starych rzeczach, jeśli się nie zniszczyło... bo tak jak na przykład moich rodziców dom, wszystko się spaliło, nie zostało nic. Nie było żadnej pamiątki. Mój tata owszem, tutaj widzi Pan (Pani Grażyna wskazuje na portret ojca wiszący na ścianie). W Burberry jest tam piękny, ale to przyjechał ze Szwecji. Amerykanie, kiedy zabrali go z obozu, wysłali go tam na podleczenie. No to piękne Burberry miał, prawda? Nawet tam jakiś tweedzik czy jakaś dobra koszula i tak dalej, ale to jest po powrocie stamtąd. Tu na miejscu takich rzeczy nie było. Były paczki UNRRA amerykańskie, były ciuchy itd. Ten przemysł polski jakoś próbował nadążyć za tym wszystkim.

²⁹⁰ Tamże, s. 369.

²⁹¹ Tamże, s. 301-311.

²⁹² Tamże, s. 283-299.

²⁹³ Wywiad z Grażyną Hase, dz. cyt.

Wspominała również jak razem z Małgorzatą Spychalską została zaproszona do przygotowania jednego z numerów czasopisma „Jaś i Małgosia”, po sporządzeniu rysunków poproszoną ją o poprawienie jednego z nich, gdyż zdaniem decydentów mógłby zostać źle zinterpretowany, co dobrze obrazuje pojawiające się w okresie PRL absurdy:

Pracowało się fajnie, zrobiliśmy to i tak dalej. Nagle wzywają mnie. Każą mi poprawić rysunek, a to był rysunek takich maluchów. I czym się różni czterolatek czy tam pięciolatek od dziesięciolatek czy ośmiolatek? Proporcjami! Jest zawsze większa główka, brzuszek, prawda? Nie ma talii, prawda? Moje miały brzuszki, bo to były rzeczy plażowe, letnie. Było wskazanie, że trzeba ten jeden brzuszek zmniejszyć. To był duży rysunek, który robiłam rapidografem czy podobnym narzędziem. No i zwariowali zupełnie! Przecież ja bym zmieniła tego dzieciaka zupełnie! Ja odmówiłam. Powiedziałam, że nie. Faktem jest, że w drugim numerze już nie byłam. Nie wiem, czy to było przyczyną, ale w każdym razie nie było mnie już. Wyszedł ten numer, mam go i widać, że ktoś drżącą ręką, bo musiał wyskrobać tą linię i widać ten kawałeczek taki drżący wstawiony. To były takie czasy! Różnie bywało. Komentarz był do tego taki, że te dzieci nie mogą mieć brzuszków, bo ludzie powiedzą, że są wyłącznie karmione kartoflami w Polsce. Ręce opadają! Nie ma rady na to! Z takimi rzeczami się spotykałyśmy.

Grażyna Hase wciąż pozostaje bardzo aktywna, w mediach pojawiają się artykuły i wywiady poświęcone projektantce. W jednym z nich, dla magazynu „Zwierciadło” przyznała, że proces dokumentowania jest dla niej synonimem szacunku i wynika z genów²⁹⁴:

Dokumentowałam wszystko. Z szacunku. Szacunek dla pracy jest ważny. Mówiłam modelkom: „Wracając z wybiegu, nie zrzucaj rzeczy byle jak, na podłogę. Przypomnij sobie, ile godzin stałaś, jak brali miarę, kłuli cię”. Pewne ubrania przetrwały, bo je od Cory kupiłam. Zdobywałam nagrania robione dla kronik filmowych, nawet dla niemieckiej wytwórni UFA. Zdobywałam zdjęcia. W Niemczech robili takie polaroidowe próbki przed sesjami, od razu je chowałam.

Pewnie porządek wynika z niemieckich korzeni, Ordnung muss sein. Ojciec, Karol Hase, miał pochodzenie niemieckie i do tego był ewangelikiem, co by bardzo Niemcom pasowało w czasie

²⁹⁴ Remigiusz Grzela, *Grażyna Hase o życiu, twórczości i wystawie „Zawsze w modzie” w rozmowie z Remigiuszem Grzelem*, Magazyn Zwierciadło, 10 października 2022, online: <https://zwierciadlo.pl/spotkania/529808,1,grazyna-hase-projektantka-w-wywiadzie-o-swojej-wystawie-zawsze-w-modzie.read> [dostęp: 11 września 2024].

okupacji, ale nie chciał być Niemcem, odmówił podpisania folkslisty i od razu zabrali go do Buchenwaldu, potem do Mauthausen. Mama miała krew węgierską, bo babunia Katarzyna była w połowie Węgierką. Zawsze miała artystyczny bałagan. To się jakoś we mnie odzywa, jednak wygrywa porządek. Poza tym w czasie wojny myśmy wszystko stracili. Do zera. Pozostał rulon tasiemki z wzorem i nadpaloną metką. Mama poszła w gruzy szukać, znalazła tylko to.

Sama żartuje, że obecnie wciela się w rolę archiwistki swojej twórczości²⁹⁵:

To tak zawsze ta trójca leciała, wie Pan, to już banał taki jest: Antkowiak, Hoff, Hase... (Pani Grażyna odbiera telefon od koleżanki, po rozmowie tłumaczy, że ludzie dzwonią do niej często w nieodpowiednim momencie. Zwraca uwagę, że koleżanki mają dużo czasu, a ona sama ma go za mało, bo porządkuje i archiwizuje swoje rzeczy. Pokazuje kilka dawnych czasopism). Ja żyję w pudłach w tej chwili. Tu ma Pan pudło, tu pudło. Ile jest pudeł w kuchni, bo to jest kuchnia, ale wie Pan, tam są maszyny, gdzie się szyło i różne rzeczy. Koszmar! Robiło się piękne rzeczy! Jak się ma takie wielkie pałace, jakieś coś tam, to jest gorzej. Wtedy jest taka... wie Pan, tylko obłoczek taki albo bańka taka – siedzi się w tej bańce.

W lutym 2004 roku tygodnik „Polityka” zaprosił czytelników i czytelniczki do udziału w plebiscycie „Poczet Kobiet Wpływowych w Polsce”. Każda zainteresowana osoba mogła wskazać dziesięć kobiet, które najsilniej wpłynęły na losy Polski. Wśród stu podpowiedzi ze strony redakcji czasopisma znalazły się dwie projektantki Grażyna Hase i Barbara Hoff²⁹⁶:

Można zgłaszać swoje typy, można skorzystać z naszej listy podpowiedzi, na której znalazły się – obok monarchiń, ministrów i działaczek społecznych – kobiety, które odmieniły estetyczną wrażliwość swojego pokolenia albo tylko wygląd polskiej ulicy.

Za swoje zasługi obie projektantki otrzymały wysokiej rangi odznaczenia. W 2003 roku Grażyna Hase została uhonorowana Złotym Krzyżem Zasługi przez prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego²⁹⁷. Z kolei Barbara Hoff w kwietniu 2022 roku odebrała z rąk wicepremiera, ministra kultury

²⁹⁵ Wywiad z Grażyną Hase, dz. cyt.

²⁹⁶ Redakcja tygodnika „Polityka”, *Poczet Kobiet Wpływowych w Polsce*, „Polityka”, nr 6 (2438) 2004, s. 79, online: <https://www.polityka.pl/archiwumpolityki/1824824,1,poczet-kobiet-wplywowych-w-polsce.read>, [dostęp: 8 września 2024].

²⁹⁷ Krzysztof Tomasik, *Grażyna Hase...*, s. 258.

i dziedzictwa narodowego prof. Piotra Glińskiego Złoty Medal „Zasłużony Kulturze Gloria Artis” – najwyższe odznaczenie w dziedzinie kultury w Polsce²⁹⁸.

²⁹⁸ Joanna Dobkowska, Aneta Pawłowska, *Barbara Hoff...*, dz. cyt., s. 219.

8. ZPO „Tarmilo” – moda dla najmłodszych

W 2022 roku w Muzeum w Tarnowskich Górach otwarto wystawę „Ubierało nas Tarmilo” poświęconą funkcjonującym w mieście do 2009 roku zakładom odzieżowym specjalizującym się w projektowaniu i produkcji odzieży dziecięcej. Historia zakładów sięga 1923 roku, kiedy kupiec Otto Stawinoga wystąpił o pozwolenie na prace budowlane na parceli przy zbiegu ówczesnych ulic Lublinieckiej (dzisiejsza Opolska) i Wąskiej (aktualnie nieistniejąca), gdzie następnie otworzył fabrykę wyrobów tekstylnych, głównie impregnowanych, w której zatrudnionych było 15 osób²⁹⁹. Zakład funkcjonował pod nazwą „Ostaw”, będącą połączeniem pierwszej litery nazwiska właściciela z początkiem nazwiska: O(tto) Staw(inoga). W jednej z reklam z 1926 roku pojawiła się informacja, że „Ostaw” to „fabryka wyrobów tekstylnych i płótna wentylacyjnego”, która³⁰⁰:

[...] wyrabia między innymi płachty nieprzemakalne na wozy, derki nieprzemakalne na konie, worki jutowe i z innego materiału, ubrania ochronne i to nieprzemakalne, ogniotrwałe, kwasoodporne, jak i wszelkie inne wyroby tekstylne.

Od 1942 roku właścicielem fabryki był Max Wylezalek, który przekształcił ją w szwalnię, instalując 53 maszyny krawieckie. Sam właściciel czuł się Niemcem, więc podpisywał się bez użycia polskich znaków. W dokumentach dotyczących nacjonalizacji fabryki z 1950 roku wpisano nazwisko: Wylezałek³⁰¹. W okresie od stycznia do sierpnia 1945 roku w zakładzie szyto odzież na potrzeby żołnierzy radzieckich, w rękach których znajdowała się fabryka. W sierpniu tego samego roku została ona przejęta przez Polaków, a jej oficjalna nacjonalizacja nastąpiła w 1948 roku wraz z którą pojawiła się

²⁹⁹ Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 4.

³⁰⁰ *Fotografie, dokumenty i pamiątki*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 12.

³⁰¹ Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, dz. cyt., s. 4.

również nowa nazwa: Górnośląskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego im. Gen. Świerczewskiego. Zrezygnowano z napędu nożnego, wprowadzono pierwsze próby szycia systemem taśmowym, a cała produkcja była kupowana przez hurtownię Centrali Odzieżowej w Bytomiu. W 1951 roku zakład stał się samodzielną jednostką. Pierwszym dyrektorem został Antoni Skowronek, który kierował fabryką od 1945 roku do czasu jej przejęcia przez polską stronę. Funkcję tę pełnił do 1963 roku³⁰². Wnuczka Antoniego Skowronka przyznała we wspomnieniach dotyczących dziadka, że wystawa w tarnogórskim muzeum pomogła jej lepiej poznać szczegóły z jego zawodowego życia³⁰³:

W czasie wojny Antoni mieszkał na ulicy księdza Wajdy. W tym czasie podjął pracę w zakładach „Ostaw” jako mechanik. Niestety, nie wiem dokładnie kiedy.

Historię zawodową dziadka uzupełniła wystawa zorganizowana w tarnogórskim muzeum. Z dokumentów tam udostępnionych dowiedziałam się, że 18 sierpnia 1945 r. obywatel Skowronek był przedstawicielem Zjednoczenia Przemysłu Konfekcyjnego i wraz z obywatelem Dankiewiczem przejął fabrykę „Ostaw” (możliwe, że jako długoletni pracownik dobrze znał strukturę zakładów i umiał współpracować z Rosjanami – przydały się: znajomość języka, zdolności komunikacyjne i wrodzona zaradność dziadka). Inny dokument wskazuje, że Antoni Skowronek był osobą „zdającą” w protokole zdawczo-odbiorczym sporządzonym 19 stycznia 1950 r., kiedy fabryka była oficjalnie nacjonalizowana. Dziadek pełnił funkcję zarządcy państwowego przedsiębiorstwa. Jednocześnie do 1951 r. był kierownikiem, później został powołany na pierwszego dyrektora i sprawował tę funkcję do 1963 r.

Jak się dowiedziałam, niektórzy z byłych pracowników doskonale pamiętają postać dyrektora Skowronka, przez którego byli zatrudniani. Podkreślają jego fachowość i zaangażowanie, jak mówią: miał w zwyczaju przychodzić na halę produkcyjną i motywować szwaczki do wydajniejszej pracy. Za czasów jego zarządzania przedsiębiorstwo podwoiło liczbę zabudowań, stało się producentem odzieży dziecięcej w grupie 2-11 lat, powstały też plany budowy nowej hali produkcyjnej. Wzrosło wówczas zaplecze socjalne przedsiębiorstwa – Antoni dążył między innymi do przekształcenia jednego z pomieszczeń (w zakładowej świetlicy na ulicy Ratuszowej) na łaźnię dla pracowników.

³⁰² Tamże, s. 4-5.

³⁰³ Joanna Sobuś, *Wspomnienie o Antonim Skowronku*, [w:] Bogusława Broł, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 131.

Na początku lat 50. XX w. dziadek zdał maturę, a w 1962 r. ukończył Pomaturalne Studium Ekonomiczne. W roku 1963 został zwolniony z zakładu – oficjalnie ze względu na wypalenie zawodowe, a faktycznym powodem był konflikt dziadka z sekretarzem powiatowym PZPR.

To właśnie za czasów dyrektora Skowronka przeprowadzono w zakładzie liczne inwestycje jak budowa portierni i zbiornicy na odpady, przebudowa poddasza w ówczesnym budynku głównym, przejęcie budynków po przeciwnej stronie ulicy Wąskiej. W 1954 roku tarnogórskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego stały się jednym z pierwszych w Polsce producentów odzieży dziecięcej. Powołano laboratorium wzorcujące, w którym projektowano dla dzieci sukienki, bluzki, fartuszki, komplety plażowe, spodnie, wiatrówki. W późniejszym czasie włączono również wodoodporne kurtki oraz ocieplane komplety zimowe. Podczas Targów Poznańskich zawierano umowy z poszczególnymi domami handlowymi na produkcję i sprzedaż konkretnych modeli. Kontraktacje odbywały się z odpowiednim kilkumiesięcznym wyprzedzeniem tak aby odzież w odpowiednim momencie sezonu trafiła do sklepów. W 1961 roku rozpoczęto eksport do ZSRR, gdzie trafiało nawet 50 000 sztuk jednego modelu. Z tego względu był to ogromny rynek zbytu. W kolejnych latach odzież zamawiały również kraje z Europy Zachodniej. Trafiła ona także w bardzo egzotyczne rejony jak Libia i Jordania³⁰⁴.

Ważnym elementem wyróżniającym przedsiębiorstwo stał się charakterystyczny znak graficzny zaprojektowany przez wybitnego polskiego grafika Karola Śliwkę w 1965 roku. Nie do końca znane są kulisy zlecenia, ale jego efektem stało się symetryczne logo motyla złożone z dwóch serc połączonych igłą³⁰⁵:

Karol Śliwka w 1965 roku zaprojektował logo dla Zakładów Odzieżowych w Tarnowskich Górach. Niestety nie udało się ustalić, kto zlecił to zadanie artyście, czy była to decyzja na poziomie

³⁰⁴ Bogusława Broł, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, s. 5-6.

³⁰⁵ Beata Kizsel, *Co ma Śliwka do „Tarmilo”?*, „Montes Tarnovicensis”, nr 113 2021, online: <https://montes.pl/co-ma-sliwka-do-tarmilo/> [dostęp: 17 sierpnia 2024].

lokalnym, czy zapadła ona na wyższym, centralnym szczeblu – w Zjednoczeniu Przemysłu Odzieżowego w Łodzi. Wiadomo natomiast, że w latach 60. XX wieku Karol Śliwka miał wiele zamówień na wykonanie identyfikacji wizualnej państwowych przedsiębiorstw, takich jak znane niegdyś zakłady obuwnicze „Kobra” czy „Radoskór”. Wszystkie zaprojektowane przez niego znaki graficzne łączyła przede wszystkim prostota i czytelność. Lakoniczne logo Zakładów Odzieżowych w Tarnowskich Górach przedstawiało – dwa serca, które scala igła. Jakże wyraźny, przy tym elegancki przekaz. Igła „zszywa” serca producenta i klienta. Minimalistyczna forma graficzna przypominała kształtem motyla, co nawiązywało do krawiectwa lekkiego. Pod taką postacią ten znak zachował się w pamięci większości tarnogórczan.

W tym miejscu warto zwrócić uwagę, że to właśnie w latach sześćdziesiątych kariera Karola Śliwki jako projektanta graficznego nabrała rozpędu, a logo dla tarnogórskich zakładów do dziś jest jedną z wielu prac reprezentujących jego ponadczasowy styl oparty na ujmowaniu wieloznaczności w prostych, geometrycznych formach³⁰⁶:

Chociaż szczyt jego osiągnięć przypada na lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte XX wieku, to wiele z zaprojektowanych przez niego znaków używanych jest do dziś, co świadczy o ich uniwersalnej formie i ponadczasowym wyrazie. Niektóre z nich są uznawane za kultowe – charakterystyczna, liternicza skarbonka PKO Banku Polskiego czy matczyne serce w znaku warszawskiego Instytutu Matki i Dziecka zachwycają kolejne pokolenia, które często nie zastanawiają się nawet, kto jest ich autorem. Wizerunki te stopiły się niemal z otoczeniem, stały się nieodłącznym elementem naszej polskiej codzienności, jakby od zawsze były jej integralną częścią.

Karol Śliwka w swojej niemal sześćdziesięcioletniej karierze zaprojektował ponad 400 znaków, emblematów, herbów i symboli dla instytucji publicznych i prywatnych firm. Projektował również plakaty, opakowania, znaczki pocztowe, foldery reklamowe, okładki książek, płyt winylowych i kaset magnetofonowych³⁰⁷. Jako jedyny Polak został wymieniony w prestiżowej, międzynarodowej publikacji „Logo Modernism” Jensa Müllera i Juliusa

³⁰⁶ Agnieszka Drączkowska, „Mięso” zamiast „druciaków”, czyli kim jest Karol Śliwka?, [w:] Agata Abramowicz, Agnieszka Drączkowska, Jacek Friedrich, Patryk Hardziej (red.), *Karol Śliwka*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019, s.14.

³⁰⁷ Tamże, s.12.

Wiedemanna, która ukazała się w 2015 roku nakładem wydawnictwa Taschen. Został wskazany przez autorów jako jeden z ośmiu najwybitniejszych twórców znaków graficznych³⁰⁸.

W dwa lata po powstaniu logo Zakłady Odzieżowe w Tarnowskich Górach w drodze głosowania mieszkańców przyjęły nazwę „Tarmilo”. Pierwszy człon „Tar” nawiązywał do lokalizacji przedsiębiorstwa, a drugi „milo” odnosił się do dzieci, „milusińskich”, dla których przeznaczona była produkcja. Do zaprojektowanego logo dodano nazwę zakładu. Autorką liternictwa była Brygida Koerpel – absolwentka Wydziału Grafiki ASP w Katowicach zatrudniona w „Tarmilo” na stanowisku projektantki odzieży w latach 1961-1976. Logo wykorzystywano na metkach, guzikach, pasmanterii oraz wszelkich materiałach związanych z identyfikacją przedsiębiorstwa. Było również obecne w przestrzeni miejskiej. Przez wiele lat na jednej ze ścian budynku znajdującego się przy obecnej ulicy Piłsudskiego (w latach 1945–1990 ulica Armii Czerwonej) i rondzie im. płk. Ranozka znajdowała się duża reklama z logo zakładów oraz hasłem „Ubiera nas Tarmilo”³⁰⁹.

„Tarmilo” dzięki wysokiej jakości produkcji zdobywało liczne nagrody m.in. złote i srebrne medale na Krajowych Targach w Poznaniu czy dyplomy Ministerstwa Handlu Wewnętrznego w konkursach „Ładne – Dobre – Poszukiwane”. W zakładzie na stałe zatrudniony był fotograf, który robił zdjęcia oferowanych ubrań. Fotografie były dołączane do dokumentacji wraz z próbkami tkanin i opisem. Przez wiele lat na tym stanowisku zatrudniony był Michał Trybel. W roli modeli z reguły wcielały się dzieci osób pracujących w zakładzie. Jeśli brakowało odpowiednich modeli, poszukiwano ich w tarnogórskich szkołach i przedszkolach³¹⁰. Klaudiusz Siwiec w swoich

³⁰⁸ *Biogram*, [w:] Agata Abramowicz, Agnieszka Drączkowska, Jacek Friedrich, Patryk Hardziej (red.), *Karol Śliwka*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019, s.194.

³⁰⁹ Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, s. 6.

³¹⁰ Tamże, s. 6-7.

wspomnieniach podkreślił, że ze względu na pracę dziecięcego modela, opuścił w szkole wiele godzin, a największą atrakcją związaną z pełnioną rolą były dla niego wyjazdy do innych miast³¹¹:

Od 5. do 11. roku życia osobiście poznałem pracę w tym przedsiębiorstwie jako model ubrań dla dzieci. Również moje starsze rodzeństwo wcześniej prezentowało tarnilowskie ubrania – ale trwało to krócej niż w moim przypadku. Nie znam przyczyny, dla której akurat mnie zaangażowano do tak długiej współpracy, ale myślę, że byłem cierpliwy i bardzo skupiałem się na swoich obowiązkach.

Pamiętam, że z powodu modelingu opuszczałem dużo zajęć w szkole, które musiały być usprawiedliwione przez moją mamę. Ze względu na to, że wykonywanie zdjęć odbywało się w godzinach od 7.00 do 15.00, na świadectwach szkolnych została po mojej pracy w „Tarmilo” pamiętka w postaci wpisów jak ten: „ponad 100 godzin opuszczonych i usprawiedliwionych”. Uczestniczyłem również w pokazach mody, który odbywały się w zakładzie, na tarnogórskim rynku oraz na targach w Warszawie i Łodzi. Szczególnie dalekie wyjazdy były dla mnie wielką atrakcją. Pamiętam z nich: profesjonalne modelki, plastikową gitarę (prezent za pracę), smak pyz kupionych na warszawskim bazarze, a także Pałac Kultury, który zrobił na mnie ogromne wrażenie. Przebieranie się i ustawianie do zdjęć było męczące. Szczególnie dokuczały mi ostre błyski lamp fotograficznych, które w każdej sesji pojawiały się dziesiątki, jeśli nie setki razy – ale ogólnie praca sprawiała mi dużą satysfakcję. Zdjęcia wykonywano na terenie zakładu, głównie w nowym budynku. Przez długie lata, o ile dobrze pamiętam, robił je fotograf zakładowy, Pan Michał Trybel.

W czasach mojego modelingu w zakładzie pojawiły się odzież „dżinsowa”, nazywana wówczas teksasem. PRL-owski dżins – w odróżnieniu od tego prawdziwego – nie wycierał się (pierwszym producentem polskich spodni z teksasu były szczecińskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Odra”, niedługo później również w asortymencie „Tarmilo” pojawiła się ta nowość). Jako model byłem również ubierany w spodnie czy komplety szyte z tego materiału. Pamiętam, że jeden z modeli dżinsowych bardzo mi się podobał i moja mama mi go zafundowała.

Muszę również wspomnieć, że pewne projekty ubrań nie wchodziły do masowej produkcji, ponieważ zdaniem handlowców nie znalazłyby odbiorców. Tak się stało w przypadku białego kompletu (w którego skład wchodziły spodnie i bluzy) – zostałem w nim sfotografowany i bardzo mi się podobał.

Nowym dyrektorem w 1964 roku został Roman Karbowski, z wykształcenia inżynier, który później został awansowany na naczelnego dyrektora Zjednoczenia Przemysłu Odzieżowego w Łodzi. To za jego kadencji

³¹¹ Klaudiusz Siwiec, *Od modela do niedoszłego właściciela „Tarmilo”*, [w:] Bogusława Brol, *Ubięta nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 129-130.

zrealizowano największą inwestycję w niespełna 90-letniej historii zakładu – powstał trzykondygnacyjny budynek wzdłuż ulicy Opolskiej³¹². Budowa rozpoczęła się we wrześniu 1966 roku i miała trwać pełne dwa lata. Związane z nią było uciążliwe zamknięcie ulicy Opolskiej, które trwało dłużej niż pierwotnie zakładano, choć budynek oddano przed terminem. Odbiór techniczny przeprowadzono pod koniec 1967 roku. Rozpoczęto wtedy instalację oraz stopniowe uruchamianie maszyn. Dzięki nowej, dużej hali produkcyjnej, zakład mógł się dalej rozwijać. Zwiększono zatrudnienie z 360 do 860 osób. Poprawiły się warunki pracy. Wcześniej na stanowisko pracy przypadały zaledwie 2 metry kwadratowe powierzchni, po rozbudowie było to już ponad 5 metrów kwadratowych. Przybyło również miejsca na pomieszczenia sanitarno-higieniczne i rekreacyjne, co było szczególnie ważne ze względu na fakt, że głównie zatrudniano kobiety³¹³. Dla szwaczek obowiązywał akordowy system pracy w grupach dwuzmianowych – od 6.00 do 14.00 i od 14.00 do 22.00. Funkcjonowały robocze soboty – każda zmiana trwała sześć godzin³¹⁴. Anna Goretzky związana z działem produkcji w „Tarmilo” w swoich wspomnieniach zwróciła uwagę, że po drugiej zmianie pod zakładem czekali kawalerowie, gotowi odprowadzić swoje wybranki do domów³¹⁵:

[...] w „Tarmilo” pracowały najpiękniejsze panny. Na drugiej zmianie, gdy kończono pracę o godzinie 22.00, pod zakładem czekała spora grupa kawalerów, chcących swoje lube odprowadzić do domu.

Na okres 1970–1990, kiedy funkcję dyrektora pełnił Herbert Ordon, przypadły czasy największej produkcji. Za zgodą Zjednoczenia Przemysłu

³¹² Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, s. 7.

³¹³ Jarosław Myśliwski, *Tarnowskie Góry. Taki widok to już historia. Tu było Tarmilo*, „Tygodnik Gwarek”, 21 lutego 2023, online: https://gwarek.com.pl/pl/11_wiadomosci/40249_tarnowskie-gory-taki-widok-to-juz-historia-tu-bylo-tarmilo.html [dostęp: 18 sierpnia 2024].

³¹⁴ Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, s. 7.

³¹⁵ Anna Goretzky, *Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Tarmilo” w Tarnowskich Górach – To mój zakład pracy, moje wspomnienia*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 117.

Odzieżowego w Łodzi wymieniono maszyny szyjące z krajowych stębnówek na maszyny Textimy z NRD oraz maszyny specjalne (dziurkarki, dwuigłówki, overlocki) na maszyny firm japońskich Juki i Yamato. Sprowadzono również maszynę do nabijania napów w spodniach. Pojawiły się również inne udogodnienia jak technologia klejenia odzieży czy transport podwieszany w produkcji. W 1982 roku w budynku przy ulicy Opolskiej otworzono sklep firmowy, w którym przez pierwsze trzy miesiące sprzedano 9 000 sztuk odzieży³¹⁶. Teresa Czapła, której przygoda z „Tarmilo” rozpoczęła się pod koniec lat sześćdziesiątych od płatnego stażu, przedstawiła w swoich wspomnieniach strukturę i sposób funkcjonowania działu przygotowania produkcji³¹⁷:

W skład działu przygotowania produkcji wchodziły następujące sekcje: projektowanie – tam powstawały projekty, wzorcownia – w której szyto pierwsze wzory, normowania – gdzie określano normy zużycia materiałów i dodatków. Proces uszycia danej sztuki rozpisywano na zabiegi tak, aby można było dokonać wyceny. Kolejna była sekcja szablonów – tutaj z brystolu przygotowywano naturalnej wielkości szablony ubrań w różnych rozmiarach (zgodnie z zamówieniem odbiorcy). Były one pomniejszane przez specjalną maszynę, aby umożliwić wykonanie miniaturowego układu kroju i według tego opracować dokładną normę zużycia materiału. Te zmniejszone układy kroju wraz z kompletem szablonów naturalnej wielkości przekazywano do kolejnej komórki – krojowni, gdzie na długich i szerokich strojach układano po kilkanaście warstw tkanin. W tym miejscu powstawał też układ kroju już w naturalnej wielkości. Na te nawarstwione tkaniny nakładano układ kroju w naturalnej wielkości, spinano kłamrami i za pomocą maszyn krojczych dokładnie wycinano. Wszystkie wykrojone części były kompletowane i wraz z dodatkami przesyłane do szycia w hali. Następnie była sekcja krawcowych specjalistek – tu pracowałam jako krawiec specjalista i krawiec modelarz przez sześć lat, od 1977 do 1983 r. Moją pracą było dokładne uszycie danego wzoru takim sposobem, aby również krawcowe w hali umiały to zrobić. Obowiązkiem krawca specjalisty było pokazanie w hali, jak wykonać dany zabieg.

³¹⁶ Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, s. 7-8.

³¹⁷ Teresa Czapła, *Moje 15 lat pracy w Zakładach Przemysłu Odzieżowego „Tarmilo” w Tarnowskich Górach*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 114.

Łucja Brandt, która pełniła rolę głównej księgowej w latach siedemdziesiątych, we wspomnieniach podkreślała rodzinną atmosferę panującą w zakładzie³¹⁸:

Współpracowałam ze wszystkimi działami w zakładzie, a czuliśmy się jak jedna, wielka rodzina, pomagaliśmy sobie wzajemnie. Z pewnością na tę integrację wpłynęły wspólne wyjazdy – wycieczki, rajdy górskie, które były organizowane przez „Tarmilo”.

Pozytywnie oceniam pracę dyrektorów: Antoniego Skowronka, Romana Karbowiaka i Herberta Orдона, byli oni bardzo zaangażowani w rozwój przedsiębiorstwa. Szczególne wrażenie zrobił na mnie Antoni Skowronek, który wszystkiego doglądał, sprawdzał; po prostu był dobrym gospodarzem.

Po stanie wojennym sytuacja ekonomiczna w zakładzie stawała się coraz trudniejsza. Brak perspektyw oraz zmiana dyrektora zdecydowały o tym, że przenieśliśmy się do Urzędu Skarbowego w Tarnowskich Górach, w którym pracowałam do przejścia na emeryturę.

W „Tarmilo” wprowadzonych było wiele udogodnień dla zatrudnionych osób, głównie kobiet. Funkcjonowały gabinety lekarskie, punkt apteczny, Szkoła Młodych Matek, sklep spożywczy, zakładowe świetlice. Istniała możliwość zapisania dzieci do międzyzakładowego przedszkola. Organizowano spotkania dla dzieci pracowników z Mikołajem, pikniki z okazji Dnia Dziecka, wycieczki górskie. Hucznie świętowano Dzień Pracy – 1 maja, Dzień Odzieżowca – 20 kwietnia, Dzień Kobiet oraz kolejne rocznice (za początek istnienia zakładów przyjmowano 1945 rok). Funkcjonował również Dzień Racjonalizatora, podczas którego nagradzano wszystkie pomysły usprawniające pracę³¹⁹.

Po przemianach 1989 roku przedsiębiorstwo powoli zaczęło chylić się ku upadkowi. Do kraju zaczęła napływać tania odzież z krajów azjatyckich. Produkcja się kurczyła, zmniejszało się zatrudnienie, stopniowo

³¹⁸ Łucja Brandt, *Wspomnienia głównej księgowej*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 110.

³¹⁹ Bogusława Brol, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”...*, s. 8-9.

wyprzedawano zakładowe mienie. Realizowano głównie zlecenia dla zewnętrznych kontrahentów z Europy Zachodniej, jak również krajowego rynku, którzy zamawiali produkcję pod własnymi markami. Produkcja odzieży dziecięcej ze względu na niż demograficzny nie przynosiła dużego zysku³²⁰.

Z dniem 1 października 2006 roku dokonano komercjalizacji przedsiębiorstwa, przekształcając je w Zakłady Odzieżowe Tarmilo sp. z o.o. Na terenie zakładu utworzono radę nadzorczą z siedzibą w Warszawie, której zadaniem było utrzymanie przedsiębiorstwa na rynku pracy, ale nie udało jej się tego dokonać³²¹. Mariola Browarczyk związana z działem finansowo-księgowym scharakteryzowała we wspomnieniach ostatnie lata funkcjonowania zakładu³²²:

Spółka otrzymywała coraz to mniejsze zamówienia, ludzie zaczęli się zwalniać, gdyż zakład miał przestoje, nie płacił pensji, odraczał terminy płatności, nie posiadał tzw. „portfela zamówień”, a co za tym idzie – zadłużał się. Dla „Tarmilo” nadeszły ciężkie czasy. Bank odmawiał udzielania kredytów, nie płacono w terminie zobowiązań urzędowi skarbowemu, ZUS-owi i innym podmiotom.

Kooperanci nie podpisywali umów z zakładem, ludzie w hali produkcyjnej nie mieli właściwie obowiązków do wykonania. Tworzyły się przestoje, pracownicy nie otrzymywali w terminie pensji. Zaczęły się zwolnienia.

W marcu 2009 roku sytuacja się pogorszyła i decyzją Sądu Rejonowego w Gliwicach ogłoszono upadłość i ustanowiono syndyka³²³:

W trakcie trwania postępowania upadłościowego syndyk masy upadłości wykonywał czynności przewidziane przepisami prawa upadłościowego. Współpracowało z nim kilka osób (zatrudnieni w dziale kadr, pracownik działu mechanicznego, główna księgowa). Z biegiem czasu – od lipca 2009 r. do 31 sierpnia 2011 r. – również i te stanowiska przestały istnieć.

³²⁰ Tamże, s. 9.

³²¹ Mariola Browarczyk, *Wspomnienia Marioli Browarczyk*, [w:] Bogusława Broł, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 111.

³²² Tamże, s. 112.

³²³ Tamże, s. 112.

Pracowałam jako główna księgowa do 31 sierpnia 2011 r. i jako ostatnia osoba opuszczałam nieistniejący już zakład – „ostatnia gasiłam światło”.

Z uwagi na fakt, że syndyk sprzedał nieruchomości, ale został jeszcze majątek w postaci maszyn szwalniczych, meblowania i stanów magazynowych (co stanowiło pewną wartość) – 1 stycznia 2010 r. na polecenie syndyka cztery osoby, wraz z pozostałym majątkiem, zostały przeniesione do hal magazynowych mieszczących się w Nakle Śląskim. Tam zajmowaliśmy się sprzedażą majątku, rozliczeniami, zamykaniem ksiąg finansowych, płatnościami zgodnie z wytycznymi syndyka. Sąd Rejonowy w Gliwicach stwierdził zakończenie postępowania upadłościowego 1 lipca 2011 r.

Jak podkreśliła Beata Kiziel nawiązując do logo zakładów, przedsiębiorstwo podobnie jak motyl ulegało różnym przeobrażeniom aż do ostatecznego upadku³²⁴:

Zakłady Odzieżowe „Tarmilo”, niczym przypominające motyla logo, miały różne etapy „przeobrażeń”. Był czas przekształceń z maleńkiego przedwojennego zakładu „Ostaw” i rozwoju w okresie powojennym, wielkiej prosperity w latach 60. i 70. XX wieku i upadłość, zakończona rozbiórką budynków. Po niedysiejszej wizytówce miasta pozostała pusta przestrzeń zagospodarowana na miejski parking.

Początkowo planowano zaadaptować dawne budynki „Tarmilo” na centrum handlowe, jednak nowi inwestorzy wycofali się z tego pomysłu i ostatecznie jesienią 2016 roku nieruchomość wykupiło miasto za 2,6 miliona złotych. Zabudowania nadawały się jedynie do rozbiórki, która rozpoczęła się w 2019 roku. Rok później na działce powstał parking. Dzięki staraniom Muzeum w Tarnowskich Górach na terenie parkingu znajduje się charakterystyczna brama wjazdowa z napisem „Tarmilo”, którą poddano renowacji³²⁵:

Nazwa ZPO „Tarmilo” pojawiała się między innymi na kolejnych bramach wjazdowych do tego zakładu. Ostatnia wersja przetrwała wyburzenie zakładu w 2019 r.

³²⁴ Beata Kiziel, *Co ma Śliwka do „Tarmilo”?*..., dz. cyt.

³²⁵ *Fotografie, dokumenty i pamiątki*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 106.

Dzięki staraniom Muzeum w Tarnowskich Górach została ona poddana renowacji, usytuowano ją wraz z tablicą informacyjną w miejscu, które jest nazywane przez mieszkańców „parkingiem po »Tarmilo«”.

Na trwającej od maja do listopada 2022 roku wystawie w Muzeum w Tarnowskich Górach przybliżono historię Zakładów Przemysłu Odzieżowego „Tarmilo”. Zgromadzono m.in. zdjęcia, dyplomy, legitymacje służbowe pracowników, pasmanterię np. metalowe guziki z logo zakładów produkowane od 1976 roku przez Przedsiębiorstwo Galanterii Metalowej „Galmet” w Głuchołazach, metki tekstylne wszywane do odzieży, wycinki prasowe, modele ubrań, karty modeli przeznaczonych do produkcji. Wystawie towarzyszył katalog, w którym znalazły się również wspomnienia osób pracujących w „Tarmilo”. Dzięki staraniom Muzeum w Tarnowskich Górach udało się pokazać, że zakłady stanowiły nie tylko istotny element lokalnej tożsamości, ale również ważny fragment odzieżowej historii PRL.

9. ZPO „Dana” – szczecińska ikona

Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana” oraz Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Odra” są powszechnie kojarzone ze Szczecinem. Jednak to właśnie „Dana” może się pochwalić najdłuższą historią, sięgającą 1945 roku oraz największą popularnością spośród tego typu jednostek na terenie województwa szczecińskiego, która z czasem z czasem dotarła również do innych regionów kraju. Szyta w „Danie” odzież dla kobiet i nastolatków była znana i wysoce pożądana w całej Polsce³²⁶. Przedsiębiorstwo to początkowo funkcjonowało jako Państwowe Zakłady Konfekcyjne w Szczecinie (1945-1951), następnie pod nazwą Nadodrzańskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego w Szczecinie (1951-1952)³²⁷. Wraz z przejściem Spółdzielni Pracy Krawieckiej im. 22 Lipca zmieniono ich nazwę na Zakłady Przemysłu Odzieżowego im. 22 Lipca w Szczecinie (1952-1967). Początek historii zakładów to 17 września 1945 roku, kiedy do władz miasta wpłynął wniosek o przydzielenie Państwowym Zakładom Konfekcyjnym dwóch budynków przy *Grünstrasse* 16-17 oraz *Turnerstrasse* 20-21-22³²⁸. Ze zdjęcia dokumentu z archiwum Ewy Kaszuby wynika, że w obu budynkach mieściły się przed wojną zakłady konfekcyjne, pod pierwszym adresem Paul Käster A.G., a pod drugim Wilhelm Vordemfelde A.G.³²⁹. W pierwszych latach działalności szyci kalesony dla żołnierzy oraz mundury dla kolejarzy. Następnie w ofercie

³²⁶ Beata Weiner, *Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Odra” w Szczecinie – dzieje przedsiębiorstwa w świetle materiałów archiwalnych* Archiwum Państwowego w Szczecinie, „Szczecińskie Studia Archiwalno-Historyczne”, t. 2 2018, s. 83-100.

³²⁷ *Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana” w Szczecinie*, Archiwum Państwowe w Szczecinie, online: <https://www.szukajwarchiwach.gov.pl/zespole/-/zespole/68877> [dostęp: 2 listopada 2024].

³²⁸ Krzysztof Żurawski, *Miejska historia*, „Kurier Szczeciński”, nr 91 (21 587) 2023, s. 3.

³²⁹ *Wniosek o przydzielenie Państwowym Zakładom Konfekcyjnym w Szczecinie obiektów przy Grünstrasse 16-17 oraz Turnerstrasse 20-21-22*, eKurier, online: <https://ekurier.24kurier.pl/Art/ShowFoto?src=20230512\3f242148-aa56-4727-81bf-1ef849187f28.jpg> [dostęp: 2 listopada 2024].

pojawiła się również odzież robocza i koszule flanelowe, które były pierwszym towarem eksportowym³³⁰.

W drugiej połowie lat czterdziestych XX wieku zakłady przejęły charakterystyczny budynek przy obecnej alei Wyzwolenia w Szczecinie z 1919 roku, w którym również mieściła się przed wojną firma odzieżowa³³¹:

W 1919 roku przy ob. al. Wyzwolenia 50 (dawniej *Pölitzerstrasse* 30) zbudowano szczeciński oddział firmy Karstadt A.G. – zajmujący się szyciem ubrań męskich, założonej w Wismarze w 1881 roku. Powstał wówczas narożny budynek przy skrzyżowaniu ulic: al. Wyzwolenia i Odzieżowej. Był to cztereokondygnacyjny budynek z użytkowym poddaszem, ze sklepem zajmującym przeszkloną galerię na parterze. Wejście do sklepu z narożnika ulic zaakcentowano półkolistym, pięciokondygnacyjnym ryzalitem, zwieńczonym kopulastym hełmem, krytym blachą. W latach 30-tych XX w. w budynku mieścił się również oddział farbiarni Otta Badera z Dąbia, sklep z cygarami Bülow, fryzjer Gabriel, drogeria Wildego oraz firma zajmująca się handlem masłem Nordstern Butterhandlung G.m.b.H.

W 1951 roku na czele zakładów stanęła Domicela Mazurkiewicz. Rolę dyrektorki pełniła przez 31 lat, do 1982 roku³³². To właśnie jej firma zawdzięcza swoją pozycję, co ciekawe karierę zaczynała na stanowisku szwaczki³³³:

Rok po wojnie zaczęła pracę jako szwaczka. W pięć lat później została dyrektorem i była nim przez trzydzieści jeden lat. Staż imponujący i dziś niespotykany. To dzięki niej niewielki zakład konfekcyjny przeobraził się w nowoczesną fabrykę odzieżową. „Dana” stała się wizytówką Szczecina, dyktatorem mody dziewczęcej i kobiecej. Ubierała miliony kobiet. Na krajowych i zagranicznych targach zdobywała nagrody i medale. W najlepszych latach zatrudniała ponad 3,5 tysiąca osób. Dawne pracownice mówią, że Domicela Mazurkiewicz potrafiła nowocześnie kierować firmą. Umiiała współpracować z ludźmi, zarazić ich swoim entuzjazmem. Z jednakową

³³⁰ Robert Duchowski, *Tylko przywieź coś z „Dany”*, Szczecin Nasze Miasto, 17 marca 2007, online: <https://szczecin.naszemiasto.pl/tylko-przywiez-cos-z-dany/ar/c10-3090552> [dostęp: 2 listopada 2024].

³³¹ Marek Łuczak, *Szczecin. Śródmieście, Nowe Miasto*, Pomorskie Towarzystwo Historyczne, Szczecin 2015, s. 408.

³³² Tamże, s. 408.

³³³ Robert Duchowski, *Tylko przywieź coś z „Dany”...*, dz. cyt.

troską dbała o jakość produkcji, wyniki ekonomiczne i o kilkutyśniczną kobiecą załogę. Dla wielu kobiet była jak matka.

Oficjalna nazwa „Dana” została przyjęta w 1967 roku³³⁴. Stanowiła skrót od określenia „damskie nastolatki”, ale w społecznym odbiorze, a także wśród załogi nazwę tą utożsamiano z samą Domicelą Mazurkiewicz, stąd w wielu źródłach informacja, że pochodzi ona właśnie od niej³³⁵. Okres świetności ZPO „Dana” przypada na lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte XX wieku, firma dynamicznie się rozwijała i radziła sobie dobrze również w kryzysowych latach osiemdziesiątych zatrudniając w szczytowym momencie ok. 3 500 osób. Rolę głównej projektantki pełniła Zofia Zdun-Matraszek. Dla „Dany” projektowały również (kolejność alfabetyczna): Izabela Górską-Wójcik, Halina Karpińska, Mariola Łyszcz, Grażyna Swendrak, Katarzyna Wróblewska. Na początku lat siedemdziesiątych XX wieku szyto na eksport, a za dewizy kupowano barwniki, stąd odzież z „Dany” była unikatowo kolorowa³³⁶. Funkcjonowała szkoła przyzakładowa. Większość załogi stanowiły kobiety, stąd w pobliżu wybudowano zakładowy żłobek, przedszkole, własną przychodnię. Powstały również obiekty kolonijne i wczasowe nad morzem. W latach sześćdziesiątych podpisano kontrakt reklamowy z dziewczęcym zespołem Filipinki³³⁷. „Dana” dbała o wizerunek sceniczny członkiń do 1970 roku, szyjąc od trzech do czterech kompletów scenicznych rocznie, a wokalistki firmowały swoimi twarzami kolekcje ubrań i występując w pokazach mody. Był to pierwszy tego typu kontrakt reklamowy zawarty pomiędzy artystą a zakładami produkcyjnymi w powojennej polskiej historii³³⁸.

³³⁴ Marek Łuczak, *Szczecin. Śródmieście...*, s. 410.

³³⁵ Wywiad z Zofią Zdun-Matraszek, Szczecin, 30 sierpnia 2022, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, w archiwum Autora.

³³⁶ Tamże.

³³⁷ Marcin Szczygielski, *Filipinki – to my! Ilustrowana historia pierwszego polskiego girlsbandu*, Instytut Wydawniczy Latarnik im. Zygmunta Kałużyńskiego, Warszawa 2013 s. 78-82.

³³⁸ Marcin Szczygielski, *Filipinki – Bal Arlekina. Oryginalny teledysk, 1964 r.*, YouTube”, 20 marca 2014, online: <https://www.youtube.com/watch?v=4-PNI93hFY8> [dostęp: 2 listopada 2024].

W 1976 roku po południowej stronie dawnego budynku rozpoczęto budowę ośmiokondygnacyjnego wieżowca. Między budynkami wykonano piętrowy łącznik, na parterze którego pojawił się sklep firmowy. W 1978 roku na elewacji łącznika artysta Tadeusz Eysmont wykonał ozdobną mozaikę³³⁹.

W kolorowym, firmowym folderze z 1973 roku m.in. szacowano planowaną wielkość produkcji, wskazywano rodzaje asortymentów czy wykorzystywane rodzaje tkanin³⁴⁰:

Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana” w Szczecinie powstały w 1945 roku. Wartość globalnej produkcji w 1973 roku osiągnie wielkość 600 mln złotych. Ilość wykonanych sztuk przekroczy 3 mln.

Produkowane asortymenty to: ubiory dla dziewcząt w wieku lat od 11-18 takie jak: sukienki, bluzki, ubrania wczasowe, spodnie, garsonki, podomki, żakiety; okrycia z ortalionu: kurtki i płaszcze oraz ubiory szkolne.

Produkujemy z różnorodnych tkanin takich grup jak: bawełna, elanobawełna, len, wełna, jedwab, elana, torlen oraz różne dzianiny z włókien sztucznych i syntetycznych.

Od 11 lat Z.P.O. „Dana” posiadają własną wzorcownię, w której biorą początek wszystkie ciekawe modele „Dany”. Ogółem w ciągu roku wzorcuje się około 400 modeli sezonów: wiosna-lato oraz jesień-zima.

Około 20% ogólnej produkcji przeznaczamy na eksport do: ZSRR, NRF, Francji i firm Berlina Zachodniego.

Wyroby odzieżowe rozprowadzane są przez wszystkie jednostki uspołecznionego handlu detalicznego.

³³⁹ Marek Łuczak, *Szczecin. Śródmieście...*, s. 410.

³⁴⁰ *Kolorowy folder reklamowy ZPO „Dana” z 1973 roku*, w prywatnym archiwum Zofii Zdun-Matraszek).

Z kolei w wydawnictwie na 1974 rok podkreślano zalety wiosenno-letniej kolekcji oraz chwalono się szeregiem nagród jakie zdobywały tworzone modele podczas targów i wydarzeń³⁴¹:

Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana” to znany już dziś i popularny zakład lansujący modę młodzieżową w Polsce. Odzież z „Dany” podoba się wszędzie – noszą ją dziewczęta nie tylko w naszym kraju ale również za granicą. Znak firmowy „Dany” znany jest na rynkach takich krajów jak: ZSRR, Węgry, CSRS, Dania, Norwegia, Kanada, USA, Francja, Libia.

Projektowane wzory przez znane szczecińskie plastyczki prezentowane są na wiosennych i jesiennych Targach Poznańskich a także na innych giełdach handlowych w kraju. Modele te spotykają się wszędzie z dużym uznaniem handlowców jak też klientów. Również na różnych wystawach w kraju i za granicą przy okazji konkursów i festiwali wyroby „Dany” wyróżniają się estetyką, nowoczesnością formy i koloru, uzyskują liczne wyróżnienia w postaci złotych, srebrnych, brązowych medali, dyplomów i wyróżnień.

„Dana” zapewnia swoim wyrobom nowoczesność wyróżniającą się bogatym wzornictwem inspirowanym światowymi tendencjami mody oraz techniką wykonania i wykończenia. Gwarantuje ich solidność, funkcjonalność i estetykę.

Na sezon Wiosna–Lato 1974 „Dana” przygotowała kolorową mozaikę ubiorów dla dziewcząt. W kolekcji dominuje styl sportowy oraz styl „kobięcy” charakteryzujący się miękkością form i tkanin. W modzie młodzieżowej dużo swobody w łączeniu zarówno poszczególnych form ubioru jak i tkanin o różnym wzornictwie i kolorystyce. Elementy – tenisowy, pop Art’u, kiczu, folkloru, stylizacje orientalne i westernowe mieszają się dowolnie i decydują o malowniczości mody młodzieżowej.

Zakłady zostały pokazane w jednym z odcinków Polskiej Kroniki Filmowej z 1975 roku poświęconej województwu szczecińskiemu. Kiedy na ekranie widać kobietę przeglądając rysunki żurnalowe, a w następnej scenie proces produkcji ubrań lektor Czesław Seniuch stwierdza³⁴²: „Konfekcja to domena najstarszego zakładu szczecińskiego. „Dana” szyje modnie, elegancko

³⁴¹ *Kolorowy folder reklamowy ZPO „Dana” z 1974 roku*, w prywatnym archiwum Zofii Zdun-Matraszek).

³⁴² PKF 5/75, Wydanie A, *Kroniki XXX-lecia. Szczecińskie* (red. Mirosław Chrzanowski, Polska, 1975), YouTube, online: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=uLKuVla90NY> [dostęp: 3 listopada 2024], 07:26-08:16.

i niedrogo. Ubiera dziewczęta w Polsce i kilkunastu innych krajach". Następnie kamera robi zbliżenie na modelki w zakładowych kreacjach podczas przymiarek, głos lektora podsumowuje³⁴³: „Byłby to magnes dla oczu nawet na Polach Elizejskich i to nie tylko z powodu kreacji”.

W prywatnym archiwum projektantki Zofii Zdun-Matraszek obok rysunków żurnalowych, wycinków prasowych, folderów reklamowych, znaleźć można kierowaną do zakładów korespondencję m.in. list Pani Joanny ze Szczecina z 1978 roku, która jako osoba wysoka zwróciła uwagę na problem braku dostępności ubrań w większych rozmiarach, czy podziękowanie za projekt dziewczęcej sukienki od Pani Beaty ze Świdnika z 1984 roku z dołączoną papierową metką zawierającą nazwę, rozmiar i opis zakupionego modelu. Uwagę przykuwa prośba Pani Barbary z Krakowa z 1983 roku o przesłanie za zaliczeniem pocztowym dwóch sukienek dla córki z uwagi na niedostępność modeli poza ówczesnym województwem szczecińskim. Do listu dołączono wycinek z gazety ze zdjęciami wybranych egzemplarzy opublikowanych na łamach „Przyjaciółki” – numer 24 (1823) z 16 czerwca 1983 roku. Obok zdjęć Janusza Sobolewskiego prezentujących letnie sukienki „Dany” w numerze znalazł się również wywiad z Zofią Zdun-Matraszek „Nie tylko dla nastolatek” autorstwa Jadwigi Komorowskiej, która pytała m.in. o działalność „Dany” w trudnym okresie lat osiemdziesiątych XX wieku³⁴⁴:

„Przyjaciółka”: – Jak to jest, że i w kryzysie, gdy wszystko sprzedaje się niemal od ręki, wymyślacie w „Danie” ciągle coś nowego. Związane jest to przecież z licznymi kłopotami:

Zofia Zdun-Matraszek: – Projektuję od dawna. Obecnie coraz szersze grono pomaga mi w realizacji bardziej skomplikowanych pomysłów. Niegdyś było trudniej. Projektant był kimś nowym w dużym zakładzie, a i ja nie miałam praktyki. Uczyłam się więc na własnych błędach. Z czasem jednak wytworzyliśmy własny charakter wzornictwa. Dziś mówi się już o stylu „Dany”. Zaczęliśmy się podobać od 1965 r. Za interesujące propozycje zdobyliśmy wiele nagród

³⁴³ Tamże.

³⁴⁴ Jadwiga Komorowska, *Nie tylko dla nastolatek*, „Przyjaciółka”, nr 24 (1823), 16 czerwca 1983, s. 16.

i medali. M.in. wielką przyjemność sprawił mi medal „Warszawianki” zdobyty kilka lat temu za najlepszy ubiór w konkursie ogłoszonym przez Domy Towarowe „Centrum”. Tym cenniejszy, że zdecydowały o tym same klientki. [...]

„P”: – Czy mogłaby Pani pokrótce powiedzieć, jakie kłopoty towarzyszyły powstawaniu tej kolekcji? Nie wierzę, że obyło się bez nich.

„Z.Z-M”: – Niestety kłopotów mieliśmy bardzo dużo – większość ludzi w zakładach miało dodatkową pracę. Dyrektor handlowy, Ryszard Rybarski, najeździł się sporo, by zdobyć choćby dodatki, a dział wzornictwa i zaopatrzenia – mówić można dużo. Ale najważniejsze, że nikt specjalnie nie narzekał, bo nasz zakład nie chce mieć produkcji monotonnej. Dlatego więc nie słyszy się tu pytań – po co i na co nam to. Ludzie chcą robić coś ciekawego.

„P”: – A Pani, czy nadal jest pełna chęci do nowych przedsięwzięć?

„Z.Z-M”: – Bardzo niekorzystne jest to, że jesteśmy poza programem operacyjnym. A przecież my ubieramy zarówno wysokie czternastolatki, jak i pięćdziesięciolatki. A tymczasem, by zdobyć dobrą tkaninę wszyscy musimy się najeździć? Do tego dochodzą jeszcze niesamowite kłopoty z dodatkami, z niciami, zamkami, gumką... Ale najważniejsze, że ja i moje koleżanki widzimy sens naszej pracy w dużym zakładzie, a i „Dana” chce mieć projektantki – rozumie, że plastyk w fabryce jest niezbędny. U nas się szanuje projektanta. Szkoda tylko, że jesteśmy tak oderwane od źródeł informacji o nowościach mody, nie otrzymujemy też żurnali. Po to, żeby tworzyć nowe, nawet najbardziej polskiej w charakterze kolekcje, trzeba mieć przecież szersze spojrzenie.

Zofia Zdun-Matraszek pochodziła z Łodzi i w poszukiwaniu pracy, trafiła właśnie do Szczecina. Historię jej pojawienia się w mieście przytoczył jej mąż Karol Matraszek na łamach samodzielnie opublikowanej książki poświęconej małżonce³⁴⁵:

W czerwcu 1961 roku zdałam dyplom i zastanawiałam się co dalej. Gdzie do pracy? Sucha Łódź nie pasowała mi, gdyż ja tęskniłam za przyrodą, lasami, zielenią.

Idąc ulicami spieczonej słonecznym dniem Łodzi niespodziewanie spotkałam Grażynę, koleżankę ze studiów, która ukończyła dyplom rok wcześniej i już pracowała w Szczecinie.

³⁴⁵ Karol Matraszek, *Artystka*, Publikacja nakładem własnym Autora, Szczecin 2022, s. 85.

Na moje pytanie co słyhać, powiedziała, że ma propozycję wyjazdu do pracy i to nie byle gdzie, bo do samego Paryża. Zakład, gdzie teraz pracuje wyraził już zgodę na ten wyjazd, ale pod warunkiem, że ona znajdzie projektanta mody na swoje miejsce.

O Szczecinie wiedziałam tylko tyle, że jest tam dużo zieleni, bo słyślałam jak pani Raczyńska mówiła, że jak przelatywała samolotem nad Szczecinem to widziała, że Szczecin to taki wielki ogród zielony. Mama była bardzo przeciwna mojemu wyjazdowi, ale się uspokoiła, gdy ojciec powiedział:

– Ona wcześniej stamtąd wróci, niż ty myślisz!

Po przyjeździe do Szczecina poszłam prosto z pociągu do zakładu, który wówczas nosił nazwę: Zakłady Przemysłu Odzieżowego im. 22 Lipca.

Gdy wychodziłam już z zakładu, strażnik stojący na bramie kazał mi otworzyć walizkę i pokazać jej zawartość. Miałam w niej wyłącznie rzeczy osobiste, które zabrałam z Łodzi.

Gdy oburzona nie chciałam tego zrobić, strażnik samowolnie siłą tego dokonał!

– O! – powiedziałam – noga moja tutaj więcej nie powstanie. Wzięto mnie za złodziejkę! Wracam natychmiast do Łodzi!

Wtedy przypominałam sobie słowa mojego ojca, gdy uspokajał moją mamę: – Ona wcześniej stamtąd wróci, niż ty myślisz!

Zdanie błyskawicznie zmieniłam i zostałam w Szczecinie... na zawsze!!!

W przeprowadzonej rozmowie Zofia Zdun-Matraszek wspominała początki swojej kariery oraz przytaczała sposób myślenia o ubraniach, który został jej zaszczerpiiony podczas nauki w Państwowej Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych w Łodzi³⁴⁶:

Można śmiało powiedzieć, że moja ścieżka kariery była w samym środku wydarzeń. Zaczęłam pracę zaraz po wojnie i okupacji, w czasach, kiedy panowała bieda i szarzyzna. Wytrwale pracowałam na opinię dobrej projektantki, projektując udane kolekcje oraz tkaniny. Powoli, powoli ta opinia była coraz bardziej jednoznaczna, a ja wiedziałam, czego chcę. Jeszcze na studiach podobały mi się słowa jednej z prowadzących, która powiedziała, że odzież jest jak

³⁴⁶ Wywiad z Zofią Zdun-Matraszek..., dz. cyt.

rzeźba i należy na nią patrzeć nie tylko z jednej strony, ale dookoła. Te słowa krążą za mną cały czas, że odzież jest właśnie dookoła. Taka była moja prawda, moja droga.

„Dana” współpracowała z producentami tkanin w całej Polsce m.in. z Białostockimi Zakładami Przemysłu Bawełnianego „Fasty” czy Fabryką Wyrobów Ażurowych „Haft” w Kaliszu³⁴⁷. Zofia Zdun-Matraszek podkreślała, że jako projektantka szukała możliwości tworzenia własnych wzorów, co zresztą spotykało się z uznaniem ze strony osób zarządzających oraz pracowników innych zakładów, którzy chętnie takie zlecenia realizowali³⁴⁸:

Zakład był związany z przemysłem niemieckim, który miał technologię na wysokim poziomie, dzięki czemu mogłam się z nią zapoznać i zobaczyć jakimi tkaninami dysponują. Tymczasem w Polsce po wojnie funkcjonowały tzw. normy, które polegały m.in. na tym, że określano ściśle, ile dany wzór ma mieć nitki poziomych i pionowych. Utkane w ten sposób tkaniny były bardzo sztywne. Do tego stopnia, że można było tylko w nich stać. Były w ogóle nieprzyjazne dla ciała, a mój zawód był przecież związany z ciałem. Co miesiąc podawane były wzory, z których mogliśmy wybrać te z których następnie produkowano ubrania. Kiedy brałam te tkaniny do ręki, one były takie sztywne, zimne i ciężkie. Nie miały nic wspólnego z tymi niemieckimi. W związku z czym ja zaczęłam opowiadać o tych tkaninach. Prosiłam, żeby były bardziej przyjazne i lekkie. Projektanci jednak nie chcieli robić takich tkanin w obawie o to, że za tkaniny niezgodne z obowiązującymi normami otrzymają minusowe punkty, co przełoży się na brak premii. Wtedy dyrektor, z którym pracowałam, zaproponował, że my wszystkie te tkaniny kupimy. Tak zaczęła się moja współpraca z producentami tkanin. Potem jeździłam również do innych fabryk, gdzie robiono takie tkaniny, jakich oczekiwaliśmy, jakie nam były potrzebne. Ponieważ był jeszcze dyrektor handlowy, który lubił jeździć samochodem, więc bardzo często mnie zabierał do różnych fabryk. Dzięki temu wiedziałam, czego się mogę spodziewać i jakie tkaniny są produkowane. W każdej fabryce zamawiałam tkaniny.

Zauważyłam również, że wzory są bardzo do siebie podobne. Modne były np. cętki, na które ja zachorowałam. Gdzie nie popatrzyłam to fabryki produkowały tkaniny właśnie w cętki. Pomyślałam sobie: „Muszę zrobić w przemyśle lekkim rewolucję, bo to jest niemożliwe, żeby wszyscy byli tak samo ubrani, w takie same cętki”. Potem bardzo podobały mi się duże wzory. Pamiętam, pojechaliśmy do Białegostoku, który był ośrodkiem włókienniczym i było tam dużo fabryk wełnianych. W jednej z fabryk powiedzieli: „Proszę Pani, niech nam Pani powie, to my

³⁴⁷ Jadwiga Komorowska, *Nie tylko dla nastolatek...*, dz. cyt., s. 16.

³⁴⁸ Wywiad z Zofią Zdun-Matraszek..., dz. cyt.

zrobimy tak jak Pani chce!". Mieli przepiękne kolory w belach, więc powiedziałam: „Proszę Pana, zróbcie taką dużą kratę, ale taką pół metra na pół metra, żeby ta krata była wielka i w tych różnych kolorach!". Z tego była następnie zrobiona spódnica, właśnie z takim dużym wzorem kraty, były tylko dwa cięcia, piękna pod względem kolorystycznym, kobiety ją rozchwytywały. Pewnego razu, kiedy przyjechaliśmy ponownie do tej fabryki, pracownicy powiedzieli: „Pani to powinna medal u nas dostać, bo my nic tylko robimy i robimy te tkaniny!". Tak się nauczyłam współpracy z fabrykami. W tych czasach, siermiężnych, szarych to było nie do pomyslenia, że tak mogę machnąć, narysować i mi to zrobić.

Bardzo kochałam naturę, przebywanie w zieleni. Spacerowałam po lasach, po sadach i czułam pachnące kwiaty, np. jabłonie pięknie pachniały i tak wpatrywałam się w te kwiaty i pomyślałam: „Kwiaty polskie!". Poszłam do Laboratorium Bawełnianego w Łodzi, z którym już byłam zaprzyjaźniona, bo oni też wiedzieli, że jeśli coś dla mnie zrobią, to ta tkanina będzie żyła. Panie chętnie mnie przyjmowały i zrobiły mi taką kolekcję, w której były takie róże. Pracowała tam też taka dziewczyna, której nazwiska nie pamiętam i ona zrobiła takie kwiaty na szarym tle, gdzie w płatkach były takie białe bliki. Piękna była ta tkanina, wielowarstwowa. Potem druga grupa to były takie ogromne powoje. Moi dyrektorzy handlowi jak zobaczyli te kwiaty to powiedzieli: „Bierzemy wszystko, nic nie zostawiamy, to będzie taka tkanina na naszą wyłączność, będzie tylko Danowska". Zrobiliśmy sto tysięcy tych sukienek w kwiaty i za wszystkimi sukienkami były kolejki. Były lekkie, miękkie w dotyku, w pięknych kolorach. Chemia w Polsce również była w powijakach, ale ponieważ Niemcy płacili nam dolarami to dyrektor potem za te dolary kupował niedostępne w naszym kraju barwniki. Byłam zachwycona tymi tkaninami i tym, jak bardzo się podobały. Opinie o firmie Dana były doskonałe; wszyscy mówili, że to, co robimy, jest wyjątkowe, a sukienki z Dany były niezwykle pożądane. Czułam ogromną dumę.

Projektantka podkreśliła, że jej eksperymenty nie miałyby miejsca, gdyby nie swoboda i zaufanie, którymi była obdarzona ze strony osób zarządzających³⁴⁹:

Takie różne rzeczy były, ale to wszystko się brało stąd, że ja miałam swobodną rękę, bo gdybym ja była wtedy pilnowana, że kieszonka w lewo, kieszonka w prawo, to to wszystko by tam było typu tam te drobne cętki. Ale ja tutaj byłam... byłam luźna i wiedziałam, że tam w razie czego to mam tą Naczelną i że ona tutaj mnie ochroni.

Podobnie jak inne zakłady odzieżowe „Dana” nie odnalazła się w nowej rzeczywistości. W połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku produkty ze

³⁴⁹ Tamże.

szczecińską metką były stopniowo wypierane przez zagraniczną odzież. W 1997 roku firma została sprywatyzowana, a następnie podzielona na część handlową i eksportową. W 2002 roku zakład szył produkty na eksport pod innymi markami, zatrudniając 250 osób. W 2003 roku podjęto próbę wskrzeszenia „Dany”, zorganizowano pokaz mody, ale sukcesu rynkowego nie było. W 2006 roku należące wciąż do Skarbu Państwa budynki sprzedano firmie deweloperskiej J.W. Construction Holding S.A.³⁵⁰. W 2015 w przedwojennym budynku otwarto Hotel Dana, którego nazwa stanowi nawiązanie do dawnych zakładów³⁵¹. Z kolei w miejscu wyburzonego w 2011 roku wieżowca z lat siedemdziesiątych³⁵² powstał apartamentowiec Hanza Tower z częścią handlowo-usługową. Budynek został oddany do użytku w 2022 roku³⁵³.

Historia zakładów odżywa dzisiaj na nowo. W reportażu „Dzień Dobry TVN” z lutego 2021 roku pojawiły się wieloletnie pracownicy: Marta Grucka, Irena Ostrycharczyk, Jadwiga Panasiuk, a także studentka Natalia Wąsik, która zajmowała się zbórką materiałów archiwalnych dotyczących zakładów „Dana”

³⁵⁰ Andrzej Krańnicki Jr., *Dana, luksusy wśród ruin i nowa arteria. Spacer aleją Wyzwolenia*, Szczecin Wyborcza.pl, 25 grudnia 2015, online: <https://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/56,34939,19395815,ulica-na-ktorej-przed-wojna-byscie-sie-zgubili-spacer-aleja.html> [dostęp: 3 listopada 2024].

³⁵¹ *Wielkie otwarcie hotelu Dana. Prezenty od marszałka i prezydenta Szczecina*, „Szczecin Wyborcza.pl”, 28 listopada 2015, online: <https://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/7,34939,19261395,wielkie-otwarcie-hotelu-dana-prezenty-od-marszalka-i-prezydenta.html> [dostęp: 3 listopada 2024].

³⁵² Andrzej Kus, *Nowa Dana bliżej. Rozpoczęła się rozbiórka pustostanu*, Głos Szczeciński, 3 lutego 2011, online: <https://gs24.pl/nowa-dana-blizej-rozpoczela-sie-rozbiorka-pustostanu/ar/5422712> [dostęp: 3 lutego 2011].

³⁵³ *Po ponad 10 latach budowy wieżowiec Hanza Tower oficjalnie oddany do użytku*, Urbanity.pl, 10 marca 2022, online: <https://www.urbanity.pl/zachodniopomorskie/szczecin/po-ponad-10-latach-budowy-wiezowiec-hanza-tower-oficjalnie-oddany-do-uzytku,w21043> [dostęp: 3 listopada 2024].

i „Odra” z zamiarem otwarcia poświęconego im muzeum³⁵⁴. Kolekcjonerką pamiątek po Zakładach Przemysłu Odzieżowego „Dana”, w tym produkowanych w fabryce ubrań, jest również Ewa Kaszuba, córka Bronisława Kapronia, który był zatrudniony na stanowisku mechanika naprawiającego maszyny³⁵⁵. Organizowane są wydarzenia związane z zakładami, m.in. w 2013 roku w formie pokazu mody szerokiej publiczności zaprezentowano udostępnione przez szczecinianki oryginalne ubrania wyprodukowane w zakładach, a w 2023 roku zorganizowano wystawę zdjęć Włodzimierza Piątka, który w połowie lat osiemdziesiątych XX wieku współpracował z ZPO „Dana” jako fotograf³⁵⁶. Podobnie jak „Tarmilo” dla mieszkańców Śląska, tak i historia „Dany” dla mieszkańców i mieszkank Szczęcina stanowi ważny element lokalnej tożsamości, dowodząc jak ważne jest zachowanie pamięci o dziedzictwie przemysłu lekkiego.

³⁵⁴ *Kreacje z „Dany” chciała nosić cała Polska. „To była jakość, wzór i piękna tkanina”*, Dzień Dobry TVN, 13 lutego 2021, online: <https://dziendobry.tvn.pl/moda-i-uroda/trendy-modowe/historia-szczecinskiej-dany-te-kreacje-chciala-nosic-cala-polska-da329160-ls5317021> [dostęp: 2 listopada 2024].

³⁵⁵ Krzysztof Żurawski, *Miejska historia...*, dz. cyt. s. 3.

³⁵⁶ Karolina Rzeszotarska, *Kolekcje słynnej „Dany” w obiektywie Włodzimierza Piątka. Muzeum techniki zaprasza na wyjątkową wystawę niepublikowanych zdjęć*, wSzczecinie.pl, 23 czerwca 2023, online: <https://wszczecinie.pl/kolekcje-slynej-dany-w-obiektywie-wlodzimierza-piatka-muzeum-techniki-zaprasza-na-wyjatkowa-wystawe-niepublikowanych-zdjec/44774> [dostęp: 3 listopada 2024].

10. Patrząc na Zachód – moda i społeczeństwo lat dziewięćdziesiątych XX wieku w Polsce

W przededniu nowego tysiąclecia lata dziewięćdziesiąte jawiły się jako czas uzdrowienia, odbudowy i nadziei. Porzucono cynizm lat osiemdziesiątych na rzecz bardziej optymistycznej postawy. Zerwano z ideą politycznej poprawności, a w mediach przełamano wiele tematów tabu. Wcielono w życie postulaty ruchu feministycznego. Dziewczyny zaczęły postępować w sposób podobny do chłopców. Następował gwałtowny rozwój środków masowego przekazu, wyraźnie widoczne było oddziaływanie nauki na literaturę i sztukę. W reklamie zaczęto wykorzystywać odwołania do spraw społecznych, nie posługując się wizerunkiem reklamowanego produktu, czego klasycznym przykładem stały się kampanie marki Benetton. Upowszechnił się recykling i problematyka troski o środowisko przy jednoczesnym silnym pragnieniu nowości i wynalazczości w dziedzinie technologii. Dużo miejsca poświęcano AIDS – organizowano kampanie społeczne oraz zbiórki funduszy na badania nad tą chorobą³⁵⁷.

Lata dziewięćdziesiąte w modzie to przede wszystkim dekada modowego relatywizmu, który trwa do dziś. Od tego momentu w modzie żadne bowiem źródło inspiracji nie jest dominujące. Tak na łamach poradnika dla kobiet „Bądź dobrze ubrana!” wydanego w 1994 roku pisała o tej tendencji dziennikarka Hanna Gajos, porównując ówczesną różnorodność do wielkiej szafy, w której grasują nieznośne gnomy³⁵⁸:

Współczesna moda przypomina gigantyczną szafę, w której horda nieznośnych gnomów zrobiła równie nieznośny bałagan. To, że dostajemy oczopląsu, oglądając wielkie rewie mody, że bezradnie kartkujemy żurnale (w których raz namawiają Cię do bycia damą, by za chwilę przekonywać, że najwygodniejszy jest sposób, w jaki ubierają się powsinogi), jest z jednej strony

³⁵⁷ Kate Mulvey, Melissa Richards, *Kanony Piękna...*, dz. cyt. s. 190-191.

³⁵⁸ Hanna Gajos, *Bądź dobrze ubrana!*, Oficyna Wydawnicza RYTM, Warszawa 1994, s. 22.

wynikiem rozproszenia ośrodków kreujących modę (od Europy po Azję, Amerykę, Afrykę), ale również efektem różnorodności oczekiwań. Naszych oczekiwań.

Jedna kobieta zafascynowana wielkimi gwiazdami ekranu marzy o wizerunku wampa, inna chce być trampem. I choć obie ubierają się w zupełnie innych sklepach, to przecież zdarza się tak, że ta sama osoba chce w pracy ubierać się podobnie jak koledzy, wieczorem porażać kobiecością, a podczas weekendu udawać sportowca-wyczynowca. Z pomieszania pragnień bierze się różnorodność inspiracji, owocująca przenikaniem różnych stylów. I właśnie pomieszanie stylów i obszarów inspiracji to najważniejsza cecha obecnej mody.

Obok minimalizmu królował styl *glamour*, a marka stała się ważniejsza niż określona funkcja ubrania. Rosła popularność belgijskich oraz brytyjskich projektantów i projektantek. Dziewczyny wzorowały się na prezenterkach muzycznych stacji. Kwitła kultura techno, styl *grunge*, jak również nawiązania do mody lat siedemdziesiątych XX wieku³⁵⁹. Najważniejsze zjawiska wpływające na światową modę w latach pięćdziesiątych XX wieku scharakteryzowano w tabeli 3.

Tabela 3. Fin de siècle, czyli przemiany w światowej modzie w latach pięćdziesiątych XX wieku

Zjawisko	Charakterystyka
Zmiana perspektywy	Z jednej strony problemy społeczne takie jak recesja, bezrobocie, wojny oraz rosnący nacjonalizm, z drugiej globalizacja polityki, kultury i technologii.
Moda dla różnych przedziałów wiekowych	Wyraźnie zarysowała się tendencja do różnicowania mody młodzieżowej i mody dla dorosłych.
Czym jest moda?	Różnorodność modowych źródeł inspiracji wpłynęła na problemy z jednoznacznym określeniem tego, co jest modne.
Znaczenie marki	Marka jako artystycznie ukształtowany wizerunek zyskała nadrzędną rolę wobec podstawowej funkcji ubrania.
Modny <i>understatement</i>	Popularność zyskały marki kultywujące minimalizm (m.in. Prada, Jil Sander, Calvin Klein) jako estetyczny styl oparty na powściągliwości w zastosowaniu środków wyrazu m.in. poprzez

³⁵⁹ Gertrud Lehnert, *Historia mody XX wieku*, Könemann, Kolonia 2001, s. 98-111.

	określoną kolorystykę, dyskretne detale, wysokiej jakości tkaniny, proste formy.
Moda retro	Do łask powróciły formy charakterystyczne dla lat 70. XX wieku takie jak kanciaste buty, krótkie bluzki, dopasowane w talii blezery, spodnie dzwony.
<i>Grunge</i>	Styl ten stanowił sprzeciw wobec dominującego wzorca kobiecości i opierał się na przełamaniu schematów, stąd m.in. łączenie kwiecistych sukienek z ciężkimi butami lub popularność flanelowych koszul w kratę.
<i>Girlies</i>	Wyznacznikiem stylu dla dziewczyn stały się prezerki muzycznych stacji takich jak MTV czy VIVA oraz bohaterki młodzieżowych seriali lansujące modę m.in. na krótkie spódniczki, topy odsłaniające pępek czy krótkie fryzury w kolorze blond lub odcieniach różowego i czerwieni.
Techno	Kultura techno stanowiła współczesną interpretację mody lat 60. i 70. XX wieku przy wykorzystaniu nowoczesnych tkanin, elementów mody fetyszystycznej czy punkowej.
Glamour	Wiodący obok minimalizmu styl dekady, promowany przez takie marki jak Versace, Dolce & Gabbana, Gucci (od 1994 roku pod wodzą Toma Forda), Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier, w którym ważne jest podkreślanie kobiecości, poprzez m.in. zwierzęce i kwiatowe wzory, mocne kolory, aplikacje, gorsety i spódnice.
Rosnąca popularność belgijskiej mody	Wśród wiodących twórców dekady znaczącą rolę odegrały osoby, które ukończyły projektowanie mody na Królewskiej Akademii Sztuk Pięknych w Antwerpii m.in. Dries Van Noten, Ann Demeulemeester, Walter Van Beirendonck, Martin Margiela, Dirk Bikkembergs.
Wzrost znaczenia brytyjskich projektantek i projektantów	W drugiej połowie dekady na czele francuskich marek luksusowych stanęli Brytyjczycy, John Galliano był dyrektorem kreatywnym domu mody Dior, Alexander McQueen projektował dla Givenchy, a Stella McCartney dowodziła Chloé (jej asystentką była Phoebe Philo); w tej dekadzie prężnie działała również Vivienne Westwood, której debiut na wybiegu przypadł na lata osiemdziesiąte XX wieku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gertrud Lehnert, *Historia mody XX wieku*, Könemann, Kolonia 2001, s. 98-111.

Pojawiające się w Polsce elementy zachodniej kultury ujawniały napięcie pomiędzy nadmiarem – nieograniczoną konsumpcją, z którym utożsamiano zachodni styl życia i umiarem – polskich obywateli częstokroć po prostu nie było stać na coraz bardziej dostępne zachodnie produkty. Wszelkie przejawy zachodniej kultury traktowano jednak z pietyzmem i namaszczeniem, co skutkowało komicznymi z dzisiejszej perspektywy efektami. Otwarcie pierwszego polskiego oddziału sieci McDonald's w czerwcu 1992 roku w Warszawie było ważnym wydarzeniem towarzyskim z udziałem elit. Charakter imprezy sugerował raczej otwarcie ekskluzywnej restauracji, a nie baru szybkiej obsługi³⁶⁰:

17 czerwca 1992 roku w Warszawie, na rogu ulic Marszałkowskiej i Świętokrzyskiej, uroczyste otwarto pierwszą w Polsce restaurację McDonald's. Zdjęcia dokumentujące to wydarzenie przedstawiają pierwszych klientów, elegancko ubranych i starannie wyselekcjonowanych, tych, którym udało się dostać zaproszenie. Panie przybyły w wyjściowych kompletach bądź sukienkach, panowie – z wyjątkiem Jacka Kuronia, ubranego w charakterystyczny dżinsowy zestaw – przywdziali garnitury i krawaty. [...] Wśród gości obecni byli między innymi Kazimierz Górski (letni niebieski garnitur, błękitna koszula i ciemny krawat) i Agnieszka Osiecka (błyszcząca czarna żakiet i czarna spódnica za kolano). Jedno ze zdjęć ukazuje poetkę siedzącą przy stoliku zastawionym kieliszkami z szampanem i papierowymi kubkami z logo McDonald's, na innym Osiecka wpisuje się do księgi pamiątkowej. Na kolejnej fotografii spożywający jakiś napój goście [...] słuchają ze skupieniem ubranego w uniform pracownika. Na innych archiwalnych zdjęciach uwieczniono uśmiechniętych policjantów z chorągiewkami McDonald's, gości stłoczonych przy kasach, nad którymi w kasetonach na białym tle prezentowane są dania, czy wygłaszającego przemówienie Kuronia.

Przynajmniej na pierwszy rzut oka kanapki McDonald's nie są typowym towarem – nie będąc trwałym przedmiotem, ulegają całkowitej i natychmiastowej konsumpcji. Jednak analizowany już wielokrotnie mechanizm globalnego rozwoju marki³⁶¹, oparty w dużej mierze na wytwarzaniu pewnego rodzaju naddatku znaczenia w stosunku do produktu (obnażonego przez niektórych polskich dziennikarzy jako „bułka z kotлетem”), pozwala na wydobycie dynamiki transformacyjnych procesów „wchodzenia” nowych towarów na polski rynek. Pojawienie się

³⁶⁰ Magda Szcześniak, *Normy widzialności. Tożsamość w czasach transformacji*, Fundacja Bęc Zmiana, Instytut Kultury Polskiej UW, Warszawa 2016, s. 53-54.

³⁶¹ George Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 1997.

w Polsce amerykańskiej sieci zostało przyjęte z entuzjazmem, o czym świadczy nie tylko obecność na otwarciu gości pokroju Osieckiej i Kuronia, ile przede wszystkim kolejki wijące się przed wyróżniającą się wówczas swoją nowoczesnością siedzibą flagowej restauracji.

Z kolei w 1993 roku polska premiera „Parku Jurajskiego” (reż. Steven Spielberg, USA, 1993 rok) odbyła się w Operze Narodowej. Lektor Tomasz Knapik relacjonując wydarzenie na potrzeby Polskiej Kroniki Filmowej czynił aluzje do odbywających się w tym czasie wyborów parlamentarnych³⁶²:

Kampania wyborcza sprowadziła do Polski inwazję potworów, a wszystko spowodował najazd jaszczurów, Spielbergowskich dinozaurów. Polski przemysł znów nie nadążył za życiem i nie wyprodukował wystarczającej ilości gadów i potworów. Konieczny był import gotowego towaru. Wygrał handel, a nie producenci. Warszawska premiera w Operze zgromadziła polską śmietankę polityczną, kulturalną, bankową i towarzyską. Dinozaury chcą się bać równie silnie, co małolaty. Każdy woli być straszony siłą gada z ekranu niż groźbami polityków.

W materiale wykorzystano również głosy zaskoczonych wyborem miejsca premiery, widzów. Jeden z chłopców stwierdził, że³⁶³:

– To raczej nietypowe... Niespotykane... Dinozaury w teatrze.

Podobnie jedna z zapytanych kobiet³⁶⁴:

– W tym teatrze to tylko chodziłam na opery, na jakieś wspaniałe sztuki teatralne. Właśnie trochę to dziwnie wygląda, taki film w takim teatrze. No nie wiem, zobaczymy, może to zda egzamin!

Wśród osób wchodzących na salę widać Andrzeja Wajdę z Krystyną Zachwatowicz, Mariusza Waltera, Hannę Suchocką, Krzysztofa Materne, Jana Krzysztofa Bieleckiego³⁶⁵. Wydarzeniem było również pojawienie się pierwszego sklepu szwedzkiej sieci IKEA w 1990 roku na warszawskim

³⁶² PKF 38/1993 *Inwazja jaszczurów* (Józef Gębski, Cezary Makowski, Spas Christow, Polska, 1993), Ninateka, online: <https://ninateka.pl/movies,1/polska-kronika-filmowa-nr-381993,4252> [dostęp: 11 listopada 2024], 06:42-07:18.

³⁶³ Tamże, 07:18-07:23.

³⁶⁴ Tamże, 07:24-07:34.

³⁶⁵ Tamże, 07:12-07:48.

Ursynowie, choć tutaj klienci z dużą dozą nieśmiałości podchodzili do możliwości siadania i testowania wystawowych mebli, o czym wspomniała Urszula Wilczak – przedstawicielka IKEA, zatrudniona w tamtym czasie na stanowisku kasjerki i sprzedawczyni mebli³⁶⁶:

Doskonale pamiętam dzień, w którym otworzyliśmy na warszawskim Ursynowie pierwszy w Polsce sklep IKEA. Był on znacznie mniejszy od tych obecnych jednak i tak przed otwarciem uformowała się ogromna kolejka. Pierwsi klienci nie mieli śmiałości, żeby siadać na wystawowych meblach, było to dla nich zupełnie nowe doświadczenie, tak samo, jak możliwość kupowania artykułów wyposażenia wnętrz w systemie samoobsługowym. Nowością były również skandynawskie nazwy, które bawiły klientów. Dużą popularnością cieszył się na przykład tapczan NÅRKE, który do dziś z pewnością znajdziemy w niejednym polskim domu.

Symbolem napięcia między zachodnim a polskim style życia we wspomnieniowym felietonie Doroty Masłowskiej stała się Barbie. Wymarzona przez dziewczynki lalka doczekała się swojej rodzimej odmiany³⁶⁷:

Barbie w Ameryce to pleonazm, Barbie w Polsce, wprowadzająca elementy rózu i koronek w pastewną rzeczywistość, to zjawisko dużo bardziej porażające, wprowadzające w obieg wizję świata tak paranoicznie odległą, nierealną i peweksowską, że nie wiem, jak potem można być szczęśliwym, tyjąc, krwawiąc i jedząc ziemniaki. Rodzice specjalnie wmawiali mi, że Barbie znaczy Barbara, bo wiedzieli, że nie mogę się z tym pogodzić. Kupili mi też nierenomowaną polską Lizę, plastikową podróbę o imidżu sprzątaczk. Od razu opatrzyłam ją wąsem i zdegradowałam do psującej krajobraz ukraińskiej służącej. W Ameryce Barbie to pleonazm, a tu to makietą życia, w którym wszystko jest zagraniczne, trwa wieczny weekend, nieustające party na lbizie, to ropiejąca na różowo i błękitnie rana przez całą głowę, niegojąca się do końca życia.

Lata dziewięćdziesiąte w Polsce charakteryzuje zatem również imitowanie i podrabianie produktów. Takim przykładem stała się m.in. obok Barbie i jej

³⁶⁶ *Tak wyglądał pierwszy sklep IKEA w Polsce. Otwarto go 30 lat temu!*, ELLE Decoration, 2020, online: <https://decoration.elle.pl/artukul/tak-wygladal-pierwszy-sklep-ikea-w-polsce-otwarto-go-30-lat-temu>, [dostęp: 11 listopada 2024].

³⁶⁷ Dorota Masłowska, *Nasze życie z Barbie*, „Przekrój”, nr 49, 2003, s. 94.

polskiego odpowiednika Lizy, konsola do gier Pegasus nawiązująca do modelu marki Nintendo³⁶⁸:

Początkowo celem autora sukcesu Pegasus w Polsce nie były wcale konsole do gier, tylko spodnie „marmurki” z Tajlandii. To właśnie tam Marek Jutkiewicz po raz pierwszy zagrał na Famicomie (to inna nazwa konsoli Nintendo Entertainment System) i zamiast kupić kontener „marmurków”, postawił na kontener podróbek Famicoma. Ustawy o ochronie praw autorskich nie było, więc nie było problemu ze sprzedażą podróbki NES-a, a owalne logo było zrzynką z logotypu Nintendo. Kiedy wrócił do kraju, sprzedał wszystko na pniu. Popyt był większy niż podaż, ale pan Marek nie miał wystarczającego kapitału. W biznes zaangażowali się więc inni biznesmeni i tak powstała spółka Bobmark International. Dzięki zgromadzonym funduszom udało się kupić pierwszą partię podróbek Famicoma. Sprzęt nazwano na cześć nieśmiertelnego, znanego z mitologii skrzydlatego konia. Bobmark ruszył z reklamami, promując „rodzinną grę komputerową”. Ich kampania była mocna – pojawiły się spoty przed wieczorynką, ogłoszenia w komiksach TM-Semic, a konsole można było zgarnąć w formie nagród w „Randce w ciemno”... Sprzęt dało się podłączyć do każdego telewizora, co zaważyło na jego sukcesie, bo rodzicom odpadał dodatkowy koszt. Wkrótce wszyscy chcieli mieć Pegasus.

Za symbol lat dziewięćdziesiątych uchodzi jednak bazar, gdzie ochoczo kupowano nie tylko produkty spożywcze i ubrania, ale również zabawki, wyposażenie mieszkania czy sprzęt AGD:

W czasie transformacji ustrojowej bazar był miejscem, w którym Polacy mogli kupić wszystko. Zasada była prosta – handlować może każdy. Na bazarze można było wyposażyć mieszkanie, ubrać się, kupić zabawki, sprzęt AGD oraz produkty spożywcze. Łóżko polowe stało się podstawowym wyposażeniem każdego przedsiębiorczego Polaka. Pierwsze modowe flashbacki pochodzą z rodzinnych imienin: ciotki w bluzkach z okropnie wielkimi, nadmuchiwanymi ramionami, a wujkowie w buraczkowych marynarkach i krawatach w dziwne wzory. Istnieje teoria, że w modowych wyborach inspirowano się serialem „Dynastia”. O wiele bardziej przemawia do mnie teoria, że inspirowano się ceną, dostępnością towaru i (ostatecznie) osobistymi preferencjami. Ważną rolę w ubieraniu Polaków odegrał „Twój Styl”, który przez pierwsze lata dołączał wykroje i magazyn „Burda”. Oprócz wciąż działających zakładów przemysłu odzieżowego (w moim rodzinnym Zamościu dobrze prosperowała „Delia”), to był

³⁶⁸ Agnieszka Wróbel, *Sentymenty. Lata 90.*, Publikacja nakładem własnym Autorki, Warszawa 2024, s. 74-76.

czas domorosłych krawcowych, które szyły garsonki i sukienki. Znakomita większość osób, która chciała się modnie ubrać, spotykała się jednak na bazarze.

Największym tego typu obiektem stał się Stadion Dziesięciolecia, który w 1989 roku w zamian za jego utrzymanie został wydzierżawiony przez miasto stołeczne Warszawa do celów handlowych firmie Damis³⁶⁹. Tracąc swoją pierwotną funkcję stał się symbolem politycznych i społecznych przemian³⁷⁰:

Przez pierwszy trzydzieści lat istnienia Stadion Dziesięciolecia tętnił życiem. Odbywało się tu wiele imprez sportowych, wielkich uroczystości państwowych i wieców. Obiekt utrzymywano w nienagannym stanie, a wszelkie rośliny pojawiające się w obrębie trybun były natychmiast starannie usuwane. Jednak pod koniec lat dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku ostatecznie zaprzestano organizowania w nimce Stadionu imprez masowych, a sam Stadion niespodziewanie zmienił swoją funkcję. Całe życie przeniosło się na koronę. Na niej i wokół Stadionu powstał największy na kontynencie bazar – Jarmark Europa. Tysiące, jeden przylegający do drugiego, skleconych z blachy i dykty straganów utworzyło specyficzne miasteczko. Wśród kupców i klientów spotykało się przedstawicieli wielu narodowości i różnych ras. Handel kwitł, ale stan techniczny samego obiektu sportowego pogarszał się z każdym rokiem. Trybuny, niegdyś ekspozycyjna część Stadionu, stały się w tym czasie praktycznie zapleczem bazaru.

Handlem w tym okresie trudniła się m.in. mniejszość wietnamska. Wietnamczycy trafiali przez cały PRL do Polski w ramach rządowych stypendiów. Dołączali do nich również Polacy, którzy widzieli w handlu okazję na intratny zarobek. Tak ten okres na łamach książki poświęconej roli Stadionu

³⁶⁹ Adam Białas, *Prawo jazdy, a może zlecenie zabójstwa? Jarmark Europa miał wszystko*, 2024, Onet, online: <https://www.onet.pl/informacje/adam-bialas/najwiekszy-bazar-europy-to-tam-w-bolach-rodzil-sie-wolny-rynek-w-polsce/pclhldn,30bc1058> [dostęp: 25 sierpnia 2024].

³⁷⁰ Marek Ostrowski, Barbara Sudnik-Wójcikowska, Halina Galera, *I oczom odkrywców ukazała się zielona wyspa... Badania botaniczne na Stadionie*, [w:] Joanna Warsza red., *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009, s. 101.

Dziesięciolecia przedstawił Ngô Văn Tuôn, absolwent Politechniki Szczecińskiej, który trafił do Polski w 1983 roku³⁷¹:

Pracę dyplomową obroniłem w październiku 1990 roku. Miesiąc później musiałem wyprowadzić się z akademika, skończyło mi się też stypendium. O powrocie do Wietnamu nikt z nas nie myślał. W Polsce nastał wolny rynek, kartki na produkty żywnościowe zlikwidowano rok wcześniej. Do trudnych transformacji gospodarczych ludność polska musiała się szybko przyzwyczaić, a wraz z nią kilkuset wietnamskich studentów i absolwentów uczelni wyższych. Nasi obrotni rodacy dostali pozwolenia na wynajem powierzchni w państwowych domach towarowych. Mogli odtąd handlować tak zwanymi artykułami regionalnymi. Dostarczali towary, które nie pochodziły z oficjalnej dystrybucji: pamiątki, podomki haftowane, przesyłane w paczkach do Polski. Sprawdziło się hasło: Handel to życie! Handel kwitł wszędzie.

Okazało się, że handel obwoźny nie sprawiał trudności ani mnie – inżynierowi mechanikowi, ani moim kolegom hutnikom, metalurgom, górnikom czy matematykom.

Na początku lat dziewięćdziesiątych moim rewirem były okolice Szczecina, zwłaszcza Świnoujście – miejsce stosunkowo egzotyczne, gdzie miałem metr kwadratowy, żeby rozłożyć stoisko. Z plecakiem pełnym bluzek wyjeżdżałem rano pociągiem ze Szczecina. Po kilku godzinach stania w mrozie wracałem z pustą torbą i z saszetką pełną gotówki. Żywa gotówka okazała się niezmiernie potrzebna, była zachętą i motywacją. Mieszkałem wówczas na stacji, miałem pokój do spania i do magazynowania. Po towary jechałem do Warszawy. Zaopatrywałem się początkowo w prywatnych mieszkaniach, a później na koronie Stadionu. Na początku lat dziewięćdziesiątych większość byłych studentów zajmowała się handlem detalicznym. Co obrotniejsi, którzy wcześniej skończyli studia, oraz doktoranci parali się handlem hurtowym. W 1989 powstał Jarmark na Stadionie Dziesięciolecia. Podczas weekendów na koronie odbywał się prawdziwy pchli targ z biletem wstępu.

Tak wówczas, jak i teraz handel nie był tylko domeną Wietnamczyków. Polacy rezygnowali z ciepłych posad państwowych. Jeździli po towary do Turcji, Tajlandii, Chin czy Indii. Dżinsy wycieruchy, indyjska biżuteria i ozdoby cieszyły się dużym powodzeniem. Naszyjniki, agaty, ametysty i inne kolorowe kamienie półszlachetne leżały na kawałkach nylonu na ziemi na koronie Stadionu. Nikogo nie interesowało, czy nabywcami są Polacy, czy Wietnamczycy. Chwała tolerancyjnym importerom polskim! Chwała zasadzie wolnego rynku! W ten sposób poszerzaliśmy asortyment, już nie tylko figurki Buddy, haftowane podomki i maszynowo

³⁷¹ Ngô Van Tuong, *Dziesięciolecia Stadionu*, [w:] Joanna Warsza red., *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009, s. 67-68.

wyszywane bluzki. Bracia i siostry Słowianie z Kraju Rad handlowali wówczas byle czym: grzałką, żelazkiem i maściami z mięty wietnamskiej produkcji, sławetnymi w zimnej Rosji i innych republikach radzieckich, z żółtą gwiazdą na wieczku. Czy tak właśnie definiuje się „reeksport”? Nie znam się na ekonomii, ale wiem, że ten sam Pewex, w którym sprzedawano papier toaletowy, to skrót od Przedsiębiorstwo Eksportu Wewnętrznego. Dzięki Bogu, pewne rzeczy już mamy za sobą.

Agnieszka Wróbel prowadząca instagramowe konto @sentymenty_oficjalnie poświęcone popkulturze lat dziewięćdziesiątych i dwutysięcznych w wydanym w 2024 roku ebooku „Sentymenty. Lata 90.” przedstawiła wybrane zjawiska z ostatniej dekady XX wieku, zwracając uwagę nie tylko na produkty i elementy popkultury, ale również na rytuały takie jak m.in.³⁷²: szkolne dyskoteki, „chorowanko” – spędzanie czasu w domu z powodu choroby, wakacyjne kolonie, udział w papieskich pielgrzymkach.

Pojawiające się w Polsce amerykańskie filmy i seriale z miejsca stawały się hitami, a związane z nimi gadżety zalewały rynek, szybko znajdując nabywców. Tak było m.in. w przypadku „Króla Lwa”³⁷³:

Czas Króla Lwa to gadżetomania na niespotykaną dotąd skalę, która nałożyła się w czasie z pojawieniem się nad Wisłą przedstawicielstwa The Walt Disney Company. Licencję, pozwalającą wykorzystywać bohaterów filmów Disneya, dostali lokalni producenci. Królowały zeszyty, piórniki, książki, puzzle i oczywiście karteczki. Każdy szanujący się dzieciak musiał mieć coś z „Królem Lwem”. Popularne były bluzy, koszulki, legginsy – wszystko to z podobizną Simby, Pumbi albo Timona. Sama szpanowałam kompletem składającym się z legginsów i podkoszulki z Simbą, w ramce ze śladów łapek małego lwiątko.

Ogromne emocje wywoływał również „Titanic” (reż. James Cameron, USA, 1997 rok)³⁷⁴:

Ludzie chodzili do kina, przemycali kamery, nagrywali obraz kinowy, a potem puszczaali to w obieg. W naszej szkole jakiś nauczyciel-libertyn rozważał wyjście klasowe no „Titanica”, ale dyrekcja uznała, że w filmie są gorszące sceny. Ostatecznie postanowiono przyspieszyć

³⁷² Agnieszka Wróbel, Sentymenty..., dz. cyt., s. 183-281.

³⁷³ Tamże, s. 40.

³⁷⁴ Tamże, s. 43.

premierę „Titanica” na kasetach VHS. To właśnie wtedy naszą szkołę opanowała „titanicomania”. Tak jak w przypadku „Króla Lwa” pojawił się merzcz, choć jeszcze wtedy go tak nie nazywaliśmy – wjechały karteczki z Kate i Leo albo seria z wrakiem statku oraz naklejki, plakaty i zeszyty. Koleżanka z klasy miała bluzę z obejmującymi się głównymi bohaterami, której wszyscy jej zazdrościli. Chodziła w niej do klasy mniej więcej co drugi dzień. Okazało się, że dzieli się nią ze swoją starszą siostrą, która chodzi do tej samej szkoły. Jedna zakładała bluzę w poniedziałek, a druga we wtorek itd. Z kolei czytelnicy „Bravo” wymyślali ciąg dalszy losów Rose i Jacka, w których Leonardo DiCaprio wraca do żywych jako obłąkany malarz albo duch, który przybył po ukochaną.

Podobnie było w przypadku wyczekiwanych koncertów gwiazd. Występ Michaela Jacksona na warszawskim lotnisku „Bemowo” zapowiadano jako najbardziej spektakularny w historii Polski. Zgromadził ponad sto tysięcy osób i był pierwszą w kraju imprezą zorganizowaną na tak wielką skalę. Wrażenie robiły wykorzystywane efekty pirotechniczne, materiały wideo na wielkich ekranach, kostiumy i fajerwerki. Na scenie pojawili się również pensjonariusze jednego z domów dziecka. Nie obyło się bez wpadek. Ludzie bez biletów wdarli się na teren koncertu, forsując ogrodzenie. Wspinano się na słupy i dachy samochodów, żeby cokolwiek zobaczyć. Piętnaście osób wymagało hospitalizacji, a pięćset pomocy medycznej³⁷⁵. Równie spektakularny miał być koncert Whitney Houston w ramach Festiwalu w Sopocie w 1999 roku. W dniu koncertu wieczorem zupełnie niespodziewanie temperatura spadła do dwunastu stopni, a wokalistka odmówiła wyjścia na scenę, jeśli organizatorzy nie podniosą jej do osiemnastu. Ostatecznie po ponad godzinie Whitney Houston pojawiła się przed sopocką publicznością. Nie zaśpiewała jednak największych przebojów w obawie o głos, a jej strój (płaszcz, workowate jeansy i golf w zestawie z rękawiczkami i szalikiem) odebrano jako brak szacunku³⁷⁶.

Zachodnie wzorce starała się naśladować również polska popkultura, czego przykładem stał się film „Młode Wilki” i jego późniejsza kontynuacja

³⁷⁵ Tamże, s. 25.

³⁷⁶ Tamże, s. 46-49.

„Młode wilki 1/2”. Obie części nawiązywały do amerykańskiego kina gangsterskiego, portretujące szczecińskie środowisko przemytników w które wmieszani są lokalni licealiści³⁷⁷:

„Młode wilki” miały mocną promocję w magazynach młodzieżowych, które wówczas kupowałam. Krytycy zrównali film z ziemią, ale widzom to nie przeszkadzało. Scenariusz napisał sam reżyser po tym, jak bezskutecznie próbował zainteresować scenarzystów tematem młodych przemytników. Żamojda zrozumiał ostatecznie, że tematem powinien zająć się sam, kiedy dostał od niebios trzy znaki. Najpierw w Szczecinie znalazł dwa kradzione motocykle na niemieckich blachach, porzucone w krzakach, potem był świadkiem rozmowy młodego przemytnika alkoholu, który zarobił sporo pieniędzy po wykonaniu kilku telefonów. Trzeci znak był najtragiczniejszy – wiadomość o znalezieniu w lesie powieszzonego ciała chłopaka, związanego ze środowiskiem przemytniczym. Reżyser dostrzegł, że na jego oczach dzieje się coś, co już się nie powtórzy. Transformacja ustrojowa, szybkie fortuny, ustawiane przetargi i młode wilki, które chcą uszczknąć coś dla siebie. To wszystko znalazło się w scenariuszu, który powstał w cztery miesiące.

Prawdziwym popkulturowym fenomenem okazał się jednak amerykański serial „Dynastia”, gromadząc na początku dekady przed ekranami telewizyjnymi wszystkie pokolenia i stając się wyznacznikiem stylu dla Polek i Polaków. Mimo swojego kampowego wymiaru, polscy widzowie potraktowali przedstawione losy bohaterów jako odzwierciedlenie rzeczywistego życia amerykańskich elit³⁷⁸. Starano się naśladować lansowany przez serial wizerunek poprzez m.in. charakterystyczne fryzury, noszenie futer, biżuterii, garniturów, zakietów z poduszkami i złotymi guzikami. Samych bohaterów telewizyjnej serii postrzegano w kategoriach autorytetów³⁷⁹:

Gdy w 1993 r. przeprowadzono badanie, w którym Polaków poproszono o wymienienie wzorców do naśladowania, na czele listy kobiet znalazła się profesor Ewa Łętowska, a za nią, Krystle Carrington. Wśród męskich wzorów pierwszy był profesor Zbigniew Religa, a drugi –

³⁷⁷ Tamże, s. 56-57.

³⁷⁸ Michał Wójciak, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 186.

³⁷⁹ Mateusz Halawa, *Z archeologii mediów: „Dynastia” i „Koło Fortuny”, „Kultura Popularna”, nr 1, 2004, s. 42-43.*

Blake Carrington. O serialu rozmawiało się bez względu na płeć, wiek czy wykształcenie. Przez cztery lata „Dynastia” stanowiła część środowiska naturalnego Polski.

Wyznacznikami stylu w polskiej telewizji był również Krzysztof Ibisz prowadzący teleturniej „Czar par” oraz Magda Masny znana z polskiej edycji „Koła fortuny”³⁸⁰. Lata dziewięćdziesiąte XX wieku to czas pojawiania się w Polsce zachodnich marek. Jeszcze przed 1989 rokiem otwarto pierwszy sklep sieci Benetton. Następnie w 1992 roku wystartował Jackpot & Cottonfield, kilka lat później szwedzki KappAhl i angielski Marks & Spencer, a w 1999 roku we Wrocławiu hiszpańska Zara³⁸¹. Z kolei kiedy pojawił się pierwszy sklep Hugo Boss, ceny były dla klientów na tyle wysokie, że pytano, czy użyte w ubraniach guziki wykonano ze złota³⁸². Końcówka lat osiemdziesiątych i początek lat dziewięćdziesiątych to również debiut polskich marek, obecnych na rynku do dziś, wśród nich³⁸³: Solar, Ochnik, Wittchen, Pawo, Taranko, Hexeline, Aryton, Caterina, Monnari. Standarem stało się nazewnictwo w językach obcych, jak w przypadku marki Simple, założonej w 1993 roku przez siostry Lidię Kalitę i Maję Palmę³⁸⁴: „Nazywając swoją markę po angielsku, siostry chciały podkreślić jej klasę, światowość i jakość – wszystko, co kojarzyło się wtedy z polskim przemysłem odzieżowym zniechęcało spragnionych Zachodu klientów”. Projektantka Ewa Jagielska-Żak w 2014 roku na łamach „Fashion Magazine” wspominała, że klienci zainteresowali się zaprojektowanymi przez nią ubraniami dopiero, kiedy doszły do nich metką z włosko brzmiącą nazwą Leo Lazzi³⁸⁵. Po kryzysowych

³⁸⁰ Michał Zaczyński, *From Bazaars to Sustainable Fashion*, [w:] *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Karolina Sulej (red.), Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020, s. 232.

³⁸¹ Michał Wójciak, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 180.

³⁸² Michał Zaczyński, *From Bazaars to Sustainable Fashion...*, dz. cyt., s. 239.

³⁸³ Tamże, s. 231-232.

³⁸⁴ Karolina Sulej, *Modni. Od Arkadiusza do Zienią*, Świat Książki, Warszawa 2015, s. 39.

³⁸⁵ Michał Zaczyński, *The book: debiut*, „Fashion Magazine”, 2014, nr 1 (47), s. 131.

latach osiemdziesiątych to, co polskie kojarzyło się gorzej: z biedą, niedoróbką, ersatzem.

Jak stwierdziła Joanna Bojańczyk³⁸⁶: „Polak pomidory lubi mieć polskie, ale jeśli chodzi o sweterek to wybiera raczej metkę »Made in Italy«”. Wyjątkiem stało się Odzieżowe Pole założone przez projektantkę Violę Śpiechowicz wspólnie z Marzeną Ratowską³⁸⁷:

Nazwa Odzieżowe Pole – jak wymyśliła Viola – miała być blisko ludzi. Osadzona w realiach i bezpretensjonalna. Niczego nie udawała, wiązała się z naturą, do której do dziś Viola chętnie odwołuje się w swoich pracach. Odzieżowe Pole kojarzyło się z polską prowincją, ale też z połącją tkaniny, z rozwiniętą belą czekającą na wykrojenie i z obfitością dostępnych w kraju materiałów.

W zakładach przemysłowych szyto głównie na eksport. Funkcjonowały butki, w których obok nowych rzeczy dostępne były również używane³⁸⁸. W kontrze do modowego maksymalizmu projektowała Joanna Klimas³⁸⁹:

Pierwszy pokaz organizuje w 1996 roku w klubie „Tango”, gwiazdą jest modelka Agnieszka Maciąg. Zestawy nieco szokujące, bo wprawdzie są atłasowe mini, ale żakiety i marynarki wyraźnie inspirowane są męskim krawiectwem, co więcej modelki mają na nogach martensy. Media podchwytyją, Klimas łapie wiatr w żagle. Rok później przygotowuje, razem z fotografem Jackiem Porembą, katalogi swoich kolekcji – modelka pozuje na stacji metra albo gdzieś w Polsce, w plenerach. Pokazy nabierają rozmachu. W 1997 roku projektuje pierwszą, dojrzałą kolekcję, którą pokazuje w Teatrze Wielkim. Składa się z trzech części: ubrania na co dzień, ubranie z marzeń Joanny Klimas, czyli jakby Paryż, i suknie wieczorowe. Rok później robi największy pokaz w historii marki – w sali Ratuszowej Pałacu Kultury. Sponsoruje Absolut.

³⁸⁶ Joanna Bojańczyk, *Moda na wybojach*, „Fashion Magazine”, 2014, nr (48), s. 32.

³⁸⁷ Karolina Sulej, *Modni. Od Arkadiusza do Zienia*, Świat Książki, Warszawa 2015, s. 26.

³⁸⁸ Ola Salwa, *Transformacja stylu*, Polityka.pl, 15 kwietnia 1996, online: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1583171,1,jak-sie-zmienialy-trendy-w-polskiej-modzie.read> [dostęp: 17 listopada 2024].

³⁸⁹ Aleksandra Boćkowska, *Joanna Klimas*, Culture.pl, 18 grudnia 2017, online: <https://culture.pl/pl/tworca/joanna-klimas> [dostęp: 16 listopada 2024].

Suknie są srebrne i trochę przezroczyste, marynarki są za duże, pojawiają się kwiaty i nieco etno.

W 1996 Rafała Michalak, Ilona Majer i Małgorzata Czudak założyli studio projektowe MMC – nazwa była skrótem od pierwszych liter nazwisk tercetu, obecnie marka działa jako duet³⁹⁰. Popularna była również twórczość pochodzącego z Mandżurii Bernarda Hanaoki³⁹¹. Lata dziewięćdziesiąte to również czas, w którym pojawił się zawód stylisty – osoby odpowiedzialnej za wizerunek poprzez dobór odpowiedniego ubioru. Styliści początkowo związani z tytułami prasowymi z czasem zaczęli współpracować z politykami, gwiazdami show-biznesu oraz zachodnimi korporacjami, otwierającymi w Polsce swoje biura³⁹². Modowe przemiany tej dekady dobrze widać na przykładzie grupy kapitałowej LPP, właściciela marek: Reserved, Mohito, House, Cropp, Sinsay. Założycieli Marek Piechocki i Jerzy Lubianiec zaczęli w branży odzieżowej od handlu sprowadzanymi z zagranicy ubraniami, by z czasem oferować produkty pod marką własną³⁹³. Pierwszy salon Reserved otwarto w 1998 roku³⁹⁴.

Lata dziewięćdziesiąte to również czas podróbek i formowania się klasy średniej. Bardzo często oryginalność produktów nie miała dla konsumentów większego znaczenia. Wraz z rozwojem rynku zwiększała się jednak świadomość marki. W prasie publikowano artykuły piętnujące obojętność

³⁹⁰ Karolina Sulej, *Modni...*, dz. cyt., s. 117.

³⁹¹ Emilia Dłużewska, *Bernard Hanaoka nie żyje. Projektant mody, aktor i kostiumograf miał 68 lat*, Wyborcza.pl, 10 lipca 2017, online: <http://wyborcza.pl/7,75410,22076177,bernard-hanaoka-nie-zyje-projektant-mody-aktor-i-ko-stiumograf.html> [dostęp: 17 listopada 2024].

³⁹² Joanna Podgórska, *Opakowanie na człowieka*, Polityka.pl, 8 kwietnia 2000, online: <https://www.polityka.pl/archiwumpolityki/1849408,1,opakowanie-na-czlowieka.read> [dostęp: 17 listopada 2024].

³⁹³ Adam Grzeszak, Ryszard Socha, *Polska dynastia odzieżowa?*, Polityka.pl, 31 lipca 2018, online: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/1757918,1,polska-dynastia-odziezowa.read> [dostęp: 17 listopada 2024].

³⁹⁴ Joanna Bojańczyk, *Moda na wybojach*, „Fashion Magazine”, 2014, nr (48), s. 32.

konsumentów oraz dotyczące tego w jaki sposób można uniknąć zakupu podrabianych produktów³⁹⁵. Polacy aspirowali do klasy średniej naśladowując docierające zachodnie wzorce, co w nieprzystającej do nich rzeczywistości często wiązało się z tzw. obciachem. Stało się tak w przypadku m.in. białych, sportowych skarpetek, które łączono z mokasynami i garniturem. W pierwszej połowie dekady takie zestawienie miało potwierdzać status noszącej je osoby, z czasem stało się synonimem zacofania i nienowoczesności³⁹⁶. Zdaniem Anny Sieradzkiej brak odpowiednich wzorców w połączeniu z mnogością tandetnych produktów napływających z Dalekiego Wschodu skutkowało: „[...] swoistym umundurowaniem Polaków w takie same wietnamskie dżinsowe kurtki i spodnie, sukienki i spódnice z indyjskiej bawełny, chińskie obuwie”³⁹⁷.

Odreagowywanie szarzyzny z czasów PRL skutkowało popularnością wszystkiego, co stanowiło jej zaprzeczenie. Stąd słabość polskich obywateli do żywych kolorów, przesadnej elegancji, amerykańskich marek oraz stylu *glamour*³⁹⁸. Popularnością cieszyły się kostiumy, uzupełniane dużą ilością złotej biżuterii, wzorzyste swetry, często z dodatkiem złotej lub srebrnej nici, ortalionowe zestawy, które z czasem zepchnięto do półświatka, choć wciąż modne było noszenie ortalionowych kurtek i bluz w zestawie z jeansami lub spódnicami. Przebojem stały się kamizelki, najczęściej niedopasowane i luźne³⁹⁹. To również dekada różnych modowych gadżetów, które jak wspomina Karolina Żebrowska należało mieć⁴⁰⁰:

³⁹⁵ Magda Szcześniak, *Normy widzialności. Tożsamość w czasach transformacji*, Warszawa: Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana; Instytut Kultury Polskiej, Wydział Polonistyki, Uniwersytet Warszawski, 2016, s. 75-81.

³⁹⁶ Tamże, s. 143-151.

³⁹⁷ Anna Sieradzka, *Tysiąc lat ubiorów...*, dz. cyt., s. 330.

³⁹⁸ Karolina Żebrowska, *Polskie piękno...*, dz. cyt., s. 254.

³⁹⁹ Tamże, s. 256-257.

⁴⁰⁰ Tamże, s. 259.

Do takich młodzieżowych gadżetów należały na przykład drewniane chodaki, nonszalancko wystający z kieszeni džinsów walkman, plastikowa albo koralikowa obróżka na szyi, przezroczyste plecaki, bransoletki z mulliny, frotka we włosach czy gumowe sandaalki. Sama prawie każdy z tych gadżetów w którymś momencie miałam: latem chodziłam w ukochanych gumowych sandaalkach i w drewniakach, które strasznie mnie obcierały, ale miały ładny żółty kolor i wzór w misie; na szyi (po usilnych błaganiach, bo to w końcu ryzyko uduszenia) nosiłam czarną żyłkową obróżkę.

Wśród różnych stylów obuwia królowały m.in. martensy, klapki na obcasie, buty na platformie, białe adidas, czarne sandały czy koturny bez pięt, a w modzie wieczorowej welurowe tkaniny w odcieniach czerwieni, zieleni, granatu oraz czerni, a pod koniec dekady tafta⁴⁰¹. Z kolei w modzie ślubnej obowiązkowe stały się „księżniczkowe” sukienki z bufiastymi rękawami, zdobionymi gorsetami, spódnicami na krynolinie, dużą ilością tiulu⁴⁰². Moda męska podobnie jak damska opierała się na oversizowych formach. Stąd przeskalowane bluzy, szerokie spodnie, luźne t-shirty oraz flanelowe koszule, które swoją popularność zawdzięczały Kurtowi Cobainowi. Kultowymi okryciami wierzchnimi stały się bomberki oraz płaszcze typu parka. Do codziennych stylizacji wkroczyła moda sportowa: obuwie, bluzy i t-shirty popularnych amerykańskich marek jak Adidas, Nike, Puma. Z kolei koszulki z logo Calvin Klein, Tommy Hilfiger czy Ralph Lauren stały się symbolem statusu. Równolegle rozwijał się nurt minimalistyczny odwołujący się do poczucia funkcjonalności i prostoty, bazujący na monochromatycznych stylizacjach w odcieniach czerni, szarości lub bieli. Garnitury o prostym kroju chętnie noszono bez krawata, zyskując mniej formalny wydźwięk⁴⁰³.

Londyński debiut Arkadiusa stał się zapowiedzią zmian. Wraz z nadejściem kolejnej dekady zawód projektanta zaczęto bowiem w Polsce

⁴⁰¹ Tamże, s. 263 i 267.

⁴⁰² Tamże, s. 263.

⁴⁰³ *Lata 90. Moda męska. Co wyróżniało ten styl?*, Elle, 27 września 2024, online: <https://www.elle.pl/artukul/lata-90-moda-meska-co-wyroznialo-ten-styl-240927020811> [dostęp: 17 listopada 2024].

utożsamiać z „czerwonym dywanem”, czyli pokazami mody, obecnością w mediach oraz ubieraniem celebrytów. W 2000 roku odbył się pierwszy polski pokaz Arkadiusa, a także pokaz spółki Dochnal i Zień, który jak relacjonowała prasa charakteryzował się „paryskim rozmachem”⁴⁰⁴. Sam Arkadiusz jeszcze jako student projektowania mody na Central Saint Martins College of Art and Design założył własną markę w 1997 roku, a kiedy w czerwcu 1999 roku pokazał dyplomową kolekcję, stawiano go w jednym szereg z Johnem Galliano i Alexandrem McQueenem⁴⁰⁵:

Gdyby próbować wskazać projektanta mody, który urodził się w Polsce i którego twórczość tak donośnie wybrzmiała nie tylko na europejskich wybiegach, ale także na łamach światowej prasy, odpowiedź byłaby jedna – Arkadiusz.

Arkadiusz Weremczuk urodził się w 1969 roku w Lublinie w rodzinie nauczycielskiej. Jest absolwentem prestiżowego Central Saint Martins College of Art and Design w Londynie – najbardziej uznanej szkoły artystycznej na świecie. Tuż po ukończeniu pierwszego roku studiów został przedstawiony wpływowej Isabelli Blow (1958-2007), redaktorce „The Times”, stylistce i ikonie mody, oraz zyskującemu wówczas coraz większą popularność projektantowi Alexandrowi McQueenowi (1969-2010). To właśnie w jego pracowni [...] odbył kilkumiesięczny staż, z którego postanowił zrezygnować na rzecz tworzenia własnej marki.

W czerwcu 1999 roku Arkadiusz pokazał swoją kolekcję dyplomową, którą przyjęto z ogromnym entuzjazmem, a samego projektanta prasa okrzyknęła nowym Johnem Galliano (ur. 1960) i porównywała do McQueena.

W ostatnich latach widzimy triumfalny powrót do mody lat dziewięćdziesiątych, co właściwie jest naturalnym efektem wejścia w dorosłość pokolenia mileniów wychowanego właśnie w tej dekadzie. Zarówno bowiem moda, jak i popkultura odwołują się do sentymentu. Ruch ten wzmocniają również projektanci tacy jak Demna Gvasalia czy Gosha Rubchinskiy⁴⁰⁶. Korzystają globalne marki: Nike, Adidas, Tommy Hilfiger,

⁴⁰⁴ Michał Wójcicki, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 191.

⁴⁰⁵ Dominik Zieliński, *Arkadiusz. Moda, która stała się sztuką*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 2021, s. 11.

⁴⁰⁶ Michał Wójcicki, *Metafory mody...*, dz. cyt., s. 160-161.

Calvin Klein, Polo Ralph Lauren, Lacoste itp. Dziś dostępne dla współczesnych trzydziesto- i czterdziestolatków, kiedyś będące szczytem marzeń. Do łask wróciły również białe skarpety, w nowym tysiącleciu chętnie zakładane ze sportowymi butami, a aktualnie również z mokasynami – według „Vogue” to „[...] najmodniejszy duet jesieni 2024”⁴⁰⁷. Pytanie, czy zapoczątkowana w latach osiemdziesiątych systemowa transformacja jest procesem zamkniętym, pozostaje otwarte, a to o autoreferencyjność mody pozostaje pytaniem retorycznym. Nowe trendy naśladowują bowiem te minione.

⁴⁰⁷ Paulina Klepacz, *Jak nosić nosić mokasyny z białymi skarpetkami, czyli najmodniejszy duet jesieni 2024*, Vogue Polska, 11 września 2024, online: <https://www.vogue.pl/a/jak-modnie-stylizowac-czarne-skorzane-mokasyny-z-bialymi-skarpetkami-jesienia-2024> [dostęp: 23 listopada 2024].

10. Co nam zostało z tamtych lat

Kiedy w 2018 roku na polskim rynku ukazał się pierwszy numer polskiej edycji magazynu „Vogue”, w całym kraju zawrzało, a Polki i Polacy tłumnie ruszyli do generowania memów wyszydzających konwencję okładkowego zdjęcia autorstwa Juergena Tellera, na którym pojawiły się polskie modelki Małgosia Bela i Anja Rubik pozujące obok czarnej wołgi na tle zamglonego Pałacu Kultury i Nauki. Zaproponowana estetyka była bowiem daleka od powszechnych wyobrażeń o luksusowym modowym magazynie⁴⁰⁸. Nie była jednak przypadkowa. Zdjęcie to bowiem stanowiło odwołanie do okładki jednego z marcowych wydań tygodnika „Przyjaźń” z 1960 roku autorstwa Romulada Broniarka, na którym widać fotomodelkę Jadwigę Smoczyńską (wicemiss Warszawy z 1958 roku) przechodzącą obok czarnej wołgi na tle Pałacu Kultury i Nauki⁴⁰⁹. Odwołanie do socjalistycznej historii stało się dla odbiorców rodzajem nieporozumienia⁴¹⁰. Oczekiwano bowiem przyjemnego dla oka, poddanego retuszowi modowego zdjęcia na miarę „Vanity Fair”, które miałyby stanowić potwierdzenie zmian, jakie zaszły w Polsce po 1989

⁴⁰⁸ Justyna Dąbrowska, *Memogenna okładka „Vogue Polska”, czyli ironia jako narzędzie marketingowe*, Wirtualne Media, 26 lutego 2018, online: <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/vogue-polska-okladka-memy-ironia-jako-narzedzie-marketingowe> [dostęp: 24 listopada 2024].

⁴⁰⁹ Maria Fredro-Smoleńska, *Zdjęcia Romualda Broniarka dokumentują życie codzienne czasów PRL-u*, Vogue Polska, 15 października 2024, online: <https://www.vogue.pl/a/na-wystawie-przy-okazji-nieznane-fotografie-romualda-broniarka-pokazano-zdjecia-uznanego-fotografa> [dostęp: 24 listopada 2024].

⁴¹⁰ Djurdja Bartlett, *Can Fashion Be Defended?*, [in:] Djurdja Bartlett (ed.), *Fashion and Politics*, Yale University Press, New Haven, Londyn 2024, s. 22-24.

roku, a nie przypominać o tym, co było przed⁴¹¹. Tym samym redakcja polskiej edycji magazynu wystawiła narodową dumę na próbę.

W ostatnich latach obserwujemy wzrost zainteresowania tematyką mody w okresie PRL. Dowodem są organizowane wystawy (m.in. „Modna i już! Moda w PRL” – Muzeum Narodowe w Krakowie, od 19 grudnia 2015 roku do 17 kwietnia 2016 roku⁴¹² i Muzeum Narodowe we Wrocławiu, od 17 maja do 28 sierpnia 2016 roku⁴¹³, „Helena Bohle-Szacka. Przenikanie” w Centralnym Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, od 21 października 2021 roku do 3 lipca 2022 roku⁴¹⁴, „Grażyna Hase. Zawsze w modzie” w Muzeum Warszawy, od 28 kwietnia do 11 września 2022 roku⁴¹⁵ czy „Moda stanu wojennego” w Muzeum Narodowym we Wrocławiu, od 18 kwietnia do 30 lipca 2023 roku⁴¹⁶), publikacje (m.in. „To nie są moje wielbłądy. O modzie PRL” Aleksandry Boćkowskiej⁴¹⁷, „Modny PRL” Doroty Williams i Grzegorza Sołtysiaka⁴¹⁸, „Moda Polska. Warszawa” Ewy Rzechorzek⁴¹⁹). Zrealizowano filmy dokumentalne: „Szafa Polska 1945-89” (reż. Katarzyna Kościelak, Joanna

⁴¹¹ Agata Pyzik, Michał Murawski, *Vogue Poland: why the iconic magazine's first Polish cover has proven so controversial*, New East Digital Archive, 15 lutego 2018, online: <https://www.new-east-archive.org/features/show/9656/vogue-poland-jurgen-teller> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴¹² *Modna i już! Moda w PRL*, Muzeum Narodowe w Krakowie, online: <https://mnk.pl/wystawy/modna-i-juz-moda-w-prl-u> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴¹³ Tamże.

⁴¹⁴ *Helena Bohle-Szacka*, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, online: <https://cmwl.pl/public/informacje/helena-bohle-szacka-przenikanie,222> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴¹⁵ *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, online: <https://muzeumwarszawy.pl/wystawa/grazyna-hase-zawsze-w-modzie/> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴¹⁶ *Moda stanu wojennego*, Muzeum Narodowe we Wrocławiu, online: <https://mnwr.pl/moda-stanu-wojennego/> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴¹⁷ Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy. O modzie PRL*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015.

⁴¹⁸ Dorota Williams, Grzegorz Sołtysiak, *Modny PRL*, Świat Książki, Warszawa 2016.

⁴¹⁹ Ewa Rzechorzek, *Moda Polska. Warszawa*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2018.

Jaworska, Polska, 2006 rok) i „Political dress” (reż. Judyta Fibiger, Polska, 2011 rok). Modzie PRL poświęcono jeden z reportaży TVN24 „Czarno na białym” Pauliny Tomanek z 2021 roku „Kolorowe wyspy w oceanie szarości. Moda w czasach komuny”⁴²⁰. Powstają także sesje zdjęciowe, jak np. realizacja Justyny Grochowskiej „Żyrafy wchodzą do szafy” z 2023 roku⁴²¹.

Z kolei projektantka Karolina Pięch, która w 2011 roku jako pierwsza polska studentka ukończyła studia magisterskie w dziedzinie projektowania mody na Królewskiej Akademii Sztuk Pięknych w Antwerpii, na potrzeby swojej kolekcji dyplomowej „Ultra”⁴²² wykorzystała obok inspiracji tanecznym dokumentem „Rize” (reż. David LaChapelle, USA, Wielka Brytania, 2005 rok) również odniesienia do czasów PRL⁴²³:

Cała kolekcja oparta została na obserwacji ruchu, właściwie zamrożonego. Przed zrobieniem dyplomu obejrzałam film „Rize”, który opisuje subkulturę osób tańczących krumping. Wydaje mi się, że pokazywał tę niszę właśnie w Los Angeles w tym filmie. Ja w ogóle nie mogłam uwierzyć, że możliwe jest dla człowieka poruszać się w tak szybki sposób. Byłam przekonana, że cały film był po prostu na przyspieszeniu i zaczęłam patrzeć na ten film na swoim laptopie i robić stopklatki, co mnie zafascynowało? To, w jaki sposób porusza się tkanina i dzianina bluz czy spodni luźnych [...] tam było bardzo dużo objętości i to fenomenalnie wyglądało na stopklatce i stwierdziłam, że jest to cudowny moment obserwacji i zainspirowania się do nowej formy. [...] Natomiast chciałam zderzyć kolor, fakturę, nadruki z czymś, co było mi o wiele bardziej bliskie i przemycić to jako dwa kompletnie abstrakcyjne, niezwiązane ze sobą czynniki. No właśnie ten taniec i nagle estetyka PRL, ale oczywiście świadomie wybierałam z PRL pewne elementy, które ja pamiętałam. Najmocniej pamiętam doświadczenie... to jest bardzo dziwne,

⁴²⁰ *Czarno na białym: Kolorowe wyspy w oceanie szarości. Moda w czasach komuny*, TVN24 GO, 14 sierpnia 2021, online: <https://tvn24.pl/go/programy,7/czarno-na-bialym-odcinki,11367/odcinek-1795,S00E1795,572317> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴²¹ Krzysztof Malcher, „Żyrafy wchodzą do szafy”: *Fotograficzna refleksja o modzie PRL*, OCZY.MAG, 16 sierpnia 2023, online: <https://oczy-mag.pl/2023/08/16/zyrafy-wchodza-do-szafy-fotograficzna-refleksja-o-modzie-prl/>, [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴²² *Ultra '11*, Karolina Piech, online: <https://karolinapiech.com/collections/ultra/index.html> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴²³ Wywiad z Karoliną Pięch, Kraków, 27 stycznia 2023 roku, przeprowadzony przez Michała Wójciaka, zarchiwizowany przez Autora.

ale ja mam taki obraz w sobie, kiedy moja mama trzymała mnie na rękach i dała mi do trzymania kartkę, która to była właśnie kartką na mięso, na porcję. Ile ja musiałam mieć lat wtedy? No może sześć! Znalazłam właśnie te kartki na cukier, na mięso, na mąkę. Zaczęłam się bawić w nadruki. Oczywiście motyw wagi też się znalazł jak najbardziej, ale... przemycony w formie tkaniny, którą zaprojektowałam. Współpracowałam z Muzeum Tekstyliów w Tilburgu w Holandii. W związku z tym tego PRL-u tam jest, powiedzmy bardzo intensywnie i wydatnie, poniekąd dużo, ale nie jest to moja baza i struktura całej kolekcji, a jak mówimy o PRL-u, no to narzuca to pewną kolorystykę. Ja właśnie absolutnie się od tego odwróciłam. David LaChapelle i jego bardzo mocne kolory w fotografii. Wybrałam takie do mnie przemawiające i obecne w jego twórczości, czyli bardzo ciepły żółty – słoneczny, fuksja i fiolet i oczywiście oparłam się w kolorystyce również na tym, co bardzo kocham, czyli monochrom – czarne, siwe, szare, białe.

Wśród wykorzystanych motywów pojawił się również Fiat 126 powszechnie znany jako „Maluch”⁴²⁴:

Fiat, „Maluch” to w ogóle jest dla mnie jakiś... nie wiem, fenomen, zabawka. Pierwszy właśnie samochód jaki tato zakupił to był czerwony Fiat 126 i jak o tym „Maluchu” rozmawiałam w Londynie to ludzie kiwali głową, że oni wiedzą jaki to samochód, że nawet takim „Maluchem” właśnie ktoś przyjechał do Anglii i ma go w Londynie i ten „Maluch”, gdzieś się pojawiał na przestrzeni Europy, ale nie do końca mi się wydaje, że oni sobie zdają sprawę, że to nie jest Fiat Mini, tylko „Maluch”. Jest nasz, jest tak inny, jest taki śmieszny i dla mnie on wizualnie w takim rysunku technicznym był tak fascynujący, że nie mogłam się po prostu opanować i zafascynował mnie jako znak graficzny i zaprojektowałam nadruki. Te kartki na mięso, na cukier, na mąkę zaprojektowałam w formie nadruku, ale też jako właśnie tkaninę, która była tkana w Muzeum Tekstyliów, gdzie były dobierane nici. Miałam trzy, cztery rodzaje tych tkanin. Tam były lurex, moher, nić jedwabna i to fantastycznie pokazywało ten raport, tej kartki czy również tej wagi i poniekąd nadawało zupełnie innego wymiaru kolekcji, czyli swoje własne autorskie tkaniny.

Podczas finałowego egzaminu kolekcji towarzyszyła również aranżacja w formie sklepu z neonem rodem z PRL, na którą żywo zareagowała ekipa niemieckiej telewizji⁴²⁵:

Telewizja zaplątała się, zobaczyła moją instalację, była zachwycona. W jakiś sposób rozpoznała elementy właśnie z PRL, ten neon, to w jaki sposób kolekcja była wyeksponowana na hakach

⁴²⁴ Tamże.

⁴²⁵ Tamże.

takich jak w masarni, manekiny, tylko tors wisiał i były na nich sukienki. Kolega pomógł mi zbudować coś w rodzaju makiety lodówki z przezroczystym pleksi, gdzie były wystawione buty jak kawałki szynki w rzędzie i to wszystko było fascynujące... no taki... taki sklep z PRL. Nawet udało mi się załatwić wagę i maszynę do liczenia czy tam kasę.

Kolekcja Karoliny Pięch powstała kilka lat przed szczytem popularności tzw. postsowieckiego szyku, ale jak podkreśliła projektantka, z perspektywy czasu nigdy nie rozpatrywała jej w takich kategoriach⁴²⁶:

Jak przyjechałam do Antwerpii studiować, to nigdy nie było moim założeniem, żeby podkreślić to, skąd jestem i nie zawsze... być może nie jest to najlepsza forma zaznaczenia swojej indywidualności, ale ja od 2003 roku praktycznie nie mieszkam w Polsce i dla mnie największym priorytetem było skupianie się na nauce i tworzeniu czegoś kreatywnego, niekoniecznie związanego z moimi korzeniami, dla mnie moimi korzeniami i rzeczami, z którymi się utożsamiam to są moje miłości w fotografii i w filmie i pewne obrazy. Ja kładę olbrzymią wagę i nacisk na związek emocjonalny tego, co jest moją inspiracją i to zawsze jest ekstremalnie personalne. W ogóle dotknięcie PRL-u to było przy okazji ostatniej kolekcji na ostatni moment. Ja nigdy nie patrzyłam w kierunku Polski, polskich korzeni przez cały okres studiowania. Do tego stopnia, że mało kto pamiętał, że jestem z Polski i zupełnie nie przyszło mi do głowy, żeby tak zaznaczać siebie i swój indywidualizm, bo w Antwerpii, szczególnie to czuć przy wstępnych egzaminach, oni uwielbiają ludzi z całego świata, którzy podkreślają to, kim są i bardzo to wspierają, więc to w ogóle nie jest przeszkoda. Natomiast dla mnie dopiero w ostatniej kolekcji sięgnięcie do PRL to było takie trochę... skontrolowane, ponieważ w ogóle nie zanurzyłam się w tej estetyce, co pewnie byłoby dla nich szokiem i byłoby bardzo ciekawe. Zanurzyłam się w tak zasadniczo sprecyzowanych elementach jak... stąd biorę mój znak graficzny, stąd biorę element do nadruku, stąd do tkaniny i reszta mnie kompletnie nie interesuje, więc poniekąd tak, poniekąd nie. Zupełnie nie byłam świadoma tego, co idzie później, obserwując Vetements i to w jaki sposób właśnie ten nacisk na to, skąd pochodzimy jest bardziej wydatny. Może w tamtym okresie w modzie? No to jest ciekawe, ale nawet mi to do głowy wtedy nie przyszło.

Na PRL-owskich sentymentach bazuje łódzka marka odzieżowa Pan Tu Nie Stał założona w 2006 roku przez Macieja Lebedowicza i Justynę Burzyńską-Lebedowicz. Para zbierała stare etykiety, opakowania i książki. Swoje zbiory publikowali na blogu. Następnie wpadli na pomysł wyprodukowania koszulek z nadrukami oraz kolczyków ze starych złotych i klawiszy komputerowych.

⁴²⁶ Tamże.

Obecnie marka oferuje obok szerokiej gamy odzieży dla kobiet i mężczyzn również akcesoria i gadżety do domu. W 2009 powstał pierwszy sklep stacjonarny w Łodzi, następne pojawiły się w Warszawie i Krakowie⁴²⁷:

Kolekcje PTNS to nostalgiczna podróż do przeszłości. Do czasów, które wiele osób wspomina z lekkim rozczuleniem, ale i rozbawieniem. Do czasów, które przyniosły nam kultowe i najbardziej absurdalne polskie komedie, najbardziej rozpoznawalne marki-symboli i motywy w designie użytkowym. Projekty Pan Tu Nie Stał garściami czerpią z PRL-owskich powiedzonek i cytatów filmowych – sama nazwa firmy jest nawiązaniem do znanej komedii Barei – kultury barów mlecznych i letnich turnusów sanatoryjnych. Ogromna dawka humoru, dystansu do świata oraz autoironii sprawia, że ubrania i akcesoria od PTNS są jedyne w swoim rodzaju.

Z kolei Natalia Siebuła, która prowadzi swoją markę od 2009 roku specjalizującą się w szyciu kobiecych ubrań na miarę. Znana jest również z zamiłowania do zabytkowej architektury, dlatego od 2016 roku sesje zdjęciowe realizuje w obiektach, które pragnie ocalić od zapomnienia. W 2024 roku wybrała Ośrodek Wypoczynkowy Posejdon w Jastarni⁴²⁸ oraz zabytkowe wnętrza Miejskich Zakładów Kąpielowych we Wrocławiu z XIX wieku⁴²⁹. W poprzednich latach scenografią sesji stały się m.in. takie PRL-owskie obiekty jak np. Hala „Urania” w Olsztynie, Dom Chemika w Puławach, sfotografowany podobnie jak kielecki dworzec PKS tuż przed modernizacją

⁴²⁷ Klaudia Kostyra, *Pan Tu Nie Stał. Za co pokochali ich klienci?*, Medialis, 18 lipca 2022, online: <https://medialis.pl/pan-tu-nie-stal-za-co-pokochali-ich-klienci/> [dostęp: 27 listopada 2024].

⁴²⁸ Michał Zaczyński, *Ostatni dzień lata. Premierowo na moim blogu Natalia Siebuła i jej nowa kampania*, Michał Zaczyński Blog, 18 stycznia 2024, online: <https://michalzaczynski.com/2024/01/18/ostatni-dzien-lata-premierowo-na-moim-blogu-natalia-siebula-i-jej-nowa-kampania/> [dostęp: 28 listopada 2024].

⁴²⁹ Michał Zaczyński, *Premierowo na moim blogu: Natalia Siebuła i kampania kolekcji w... zamkniętej i pilnie strzeżonej pływalni we Wrocławiu*, Michał Zaczyński Blog, 24 lipca 2024, online: <https://michalzaczynski.com/2024/07/24/premierowo-na-moim-blogu-natalia-siebula-i-kampania-kolekcji-w-miejskich-zakladach-kapielowych-we-wroclawiu/> [dostęp: 28 listopada 2024].

czy Auditorium Chemii we Wrocławiu⁴³⁰. Jak przyznaje sama projektantka, tego typu obiekty bardzo często popadają w zapomnienie, ponieważ kojarzą się z poprzednim systemem⁴³¹:

Niestety, większość zarządców traktuje obiekty jako relikty znieawidzonych czasów. Wciąż czuć pogoń za nowoczesnością i kompleksy. A to właśnie przez złe zarządzanie te obiekty zostały zaniedbane. To, że zmiany są potrzebne, nie podlega dyskusji. Nie muszą jednak odbywać się na zasadzie: tu się zakryje mozaikę karton-gipsem, żeby było „nowocześniejsze”; tu na parkiet położyć się panele i będzie „czystszej”. O wyburzeniach nie wspominając.

Prawdziwym fenomenem stała się marka Kubota, której początki sięgają 1994 roku, kiedy Dorota i Wiesław Michalscy zaczęli sprowadzać do Polski charakterystyczne klapki zapinane na rzep⁴³²:

Na plaży, na basenie, w sklepach, na spacerach - klapki na rzep Kubota nosiło się w latach 90. wszędzie, a ostatnim krzykiem mody było wkładanie ich na skarpety. Kuboty sprowadzali z Chin Dorota i Wiesław Michalscy. Jeździli po nie z pustymi jutowymi workami koleją transsyberyjską. Szybko przestało się to jednak sprawdzać, bo zapotrzebowanie na Kuboty było ogromne. Polacy oszaleli na ich punkcie. Klapki przyjeżdżały więc w kontenerach, najpierw drogą kolejową, później morską. Rozchodziły się jak świeże bułeczki.

Wraz z rosnącą popularnością zachodnich marek na początku nowego tysiąclecia klapki Kubota stały się synonimem kiczu i odeszły w zapomnienie. Marka została wskrzeszona w 2018 roku na fali sentymentu do lat dziewięćdziesiątych XX wieku z inicjatywy grupy młodych przedsiębiorców: Piotra Kwiatkowskiego, Asi Kwiatkowskiej, Wacława Miłkaszewskiego i Aliny

⁴³⁰ Joanna Dziel, *Natalia Siebuła – Odwiedziny w pracowni*, Milk & Sun, 4 czerwca 2024, online: <https://milkandsun.com/natalia-siebula/> [dostęp: 28 listopada 2024].

⁴³¹ Michał Zaczynski, *Z Olsztyna w kosmos. I z powrotem. Niezwykła kampania nowej kolekcji Natalii Siebuły*, online: <https://michalzaczynski.com/2021/05/07/z-olsztyna-w-kosmos-i-z-powrotem-niezwykla-kampania-nowej-kolekcji-natalii-siebuly/> [dostęp: 28 listopada 2024].

⁴³² Justyna Sobolak, *Tak zaczęła kultowa marka. Polacy przywieźli ją z Chin, dziś jest hitem w Biedronce*, Money.pl, online: <https://www.money.pl/gospodarka/tak-zaczynala-kultowa-marka-polacy-podebrali-ja-chinczykom-dzis-jest-hitem-w-biedronce-6669443337452064a.html> [dostęp: 28 listopada 2024].

Sztach. W 2019 do zespołu dołączyli założyciele Wiesław i Dorota Michalscy, a z czasem również ich synowie⁴³³. Obecnie Kubota jest notowana na giełdzie, a w swojej ofercie oprócz charakterystycznego obuwia posiada również odzież, skarpetki i akcesoria, jak można przeczytać na oficjalnej stronie⁴³⁴:

W 2018 roku Kubota wróciła na rynek w wielkim stylu, a my zaczęliśmy dopisywać kolejny rozdział jej historii. Czwórka przyjaciół, Alina Sztach, Joanna Kwiatkowska, Wacław Mikłaszewski oraz Piotr Kwiatkowski, we współpracy z pierwotnymi założycielami Kuboty, Dorotą i Wiesławem Michalskimi oraz Piotrem Krawczykiem, podjęli decyzję o reaktywacji brandu. Kultowe kuboty ponownie zaczęły gościć na stopach Polaków, stając się na nowo symbolem radości, dystansu do siebie, a także afirmacji otwartości.

Termin „głód mody” odnosi się zatem do szeregu potrzeb, które często są generowane lub podsycane przez marketingowo-biznesową maszynę mody. Odnosić możemy go również do historii w kontekście braku produktów na rynku. Przechodząc od PRL-owskiego głodu dotarliśmy do epoki przesytu, w której ilość posiadanych produktów modowych zdecydowanie przekracza nasze realne potrzeby. Zakupy dzięki technologii stały się tak łatwe jak nigdy wcześniej, rekompensujemy sobie dzięki nim różne braki i trudne emocje. Moda to jednak nie tylko to, co materialne, ale również szereg praktyk, które w Polsce zmieniały się na przestrzeni dekad, podobnie jak stosunek do mody. W latach dziewięćdziesiątych z jej pomocą chciano odciąć się od problemów poprzedniego systemu. Dzisiaj na nowo doceniamy to, co lokalne, z innej, często sentymentalnej perspektywy patrzymy na minione zjawiska, odkrywamy wartość w tym, co przeszłe, szukamy analogii między obecnymi czasami, a tymi które przeminęły.

⁴³³ Justyna Sobolak, *Tak zaczęła kultowa marka. Polacy przywieźli ją z Chin, dziś jest hitem w Biedronce*, Money.pl, online: <https://www.money.pl/gospodarka/tak-zaczynala-kultowa-marka-polacy-podebrali-ja-chinczykom-dzis-jest-hitem-w-biedronce-666944337452064a.html> [dostęp: 28 listopada 2024].

⁴³⁴ *Historia marki*, Kubota Store, online: <https://kubotastore.pl/historia-marki> [dostęp: 28 listopada 2024].

Bibliografia

AAN, ZG ZMP, sygn. 451/V -149, k. 240, Krajowa Narada Aktywu Szkolnego. Stenogram, 17-18 listopada 1952 r. [za:] Zbigniew Romek, *Walka z „amerykańskim zagrożeniem” w okresie stalinowskim*, „Polska 1944/45–1989. Studia i Materiały, V/2001, s. 173-208.

Abramowicz Agata, Drączkowska Agnieszka, Friedrich Jacek, Hardziej Patryk (red.), *Karol Śliwka*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019.

Allaire Christian, *How Men's Fashion Changed for the Better This Year*, Vogue, 30 grudnia 2021, online: <https://www.vogue.com/article/mens-fashion-recap-red-carpet-style> [dostęp: 3 lipca 2024].

Antonowicz Anna, *Utopia mody punkowej – od kontestacji do muzeum*, „Dialog”, nr 4, 2014, s. 228-243.

Bartlett Djurdja, *Can Fashion Be Defended?*, [in:] Djurdja Bartlett (red.), *Fashion and Politics*, Yale University Press, New Haven, Londyn 2024, pp. 16-57.

Batogowska Anna, Górny Stanisław, *Mały atlas antropometryczny dorosłej ludności Polski dla potrzeb projektowania*, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Pracownia Antropometrii Zakładu Antropologii PAN, Warszawa 1972.

Batogowska Anna, Słowikowski Jerzy, *Fantomy płaskie dla potrzeb projektowania*, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Warszawa 1973.

Białas Adam, *Prawo jazdy, a może zlecenie zabójstwa? Jarmark Europa miał wszystko*, Onet, 17 maja 2024, online: <https://www.onet.pl/informacje/adam-bialas/najwiekszy-bazar-europy-to-tam-w-bolach-rodzil-sie-wolny-rynek-w-polsce/pclhldn,30bc1058> [dostęp: 25 sierpnia 2024].

Biogram, [w:] Agata Abramowicz, Agnieszka Drączkowska, Jacek Friedrich, Patryk Hardziej (red.), *Karol Śliwka*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019, s.194.

Błazejowska Kalina, *Jaskółka na szklanej wodzie*, Tygodnik Powszechny, 10 września 2010, online: <https://www.tygodnikpowszechny.pl/jaskolka-na-szklanej-wodzie-142933> [dostęp: 10 sierpnia 2024].

Boćkowska Aleksandra, *Barbara Hoff: Nikt nie mówił: „Ale sukces”, tylko: „Zrób coś, żeby tych kolejek nie było”*, Wyborcza.pl, 16 lipca 2016, online: <https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,20408370,barbara-hoff-nikt-nie-mowil-ale-sukces-tylko-zrob-cos.html#> [dostęp: 8 września 2024].

Boćkowska Aleksandra, *Joanna Klimas*, Culture.pl, 18 grudnia 2017, online: <https://culture.pl/pl/tworca/joanna-klimas> [dostęp: 16 listopada 2024].

Boćkowska Aleksandra, *To nie są moje wielbłądy. O modzie PRL*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015.

Bojańczyk Joanna, *Moda na wybojach*, „Fashion Magazine”, nr (48), 2014, s. 31-35.

Brandt Łucja, *Wspomnienia głównej księgowej*, [w:] Bogusława Broł, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 110.

Broł Bogusława, *Od „Ostawu” do „Tarmilo”*, [w:] Bogusława Broł, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 4-9.

Brol Bogusława, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022.

Browarczyk Mariola, *Wspomnienia Marioli Browarczyk*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 111-112.

Buczek Lidia, *Z pisanki na tkaninę*, [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 63-67.

Bukowczyk Krystyna, *Opowiadki szare i kolorowe. Część I: Rodzina i wileńscy przyjaciele*, Instytut Edukacji i.e. Sp. z o.o., Warszawa 2022.

Chłopek Maciej, *Bikiniarze. Pierwsza polska subkultura*, Wydawnictwo Edukacyjne Żak, Warszawa 2005.

Czapla Teresa, *Moje 15 lat pracy w Zakładach Przemysłu Odzieżowego „Tarmilo” w Tarnowskich Górach*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 113-114.

Czarno na białym: Kolorowe wyspy w oceanie szarości. Moda w czasach komuny, TVN24 GO, 14 sierpnia 2021, online: <https://tvn24.pl/go/programy,7/czarno-na-bialym-odcinki,11367/odcinek-1795,S00E1795,572317> [dostęp: 27 listopada 2024].

Davies Norman, *Boże Igrzysko. Historia Polski*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010.

Dąbrowska Agnieszka, *Jak się robi modę*, [w:] Dąbrowska Agnieszka (red.), *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2022, s. 84-121.

Dąbrowska Agnieszka, *Moda Polska – państwowe przedsiębiorstwo modowe okresu PRL i lat 90.*, Muzeum Warszawy, online: <https://kolekcje.muzeumwarszawy.pl/pl/miasto-od-a-do-z/moda-polska-panstwowe-przedsiębiorstwo-modowe-okresu-PRL-i-lat-90> [dostęp: 25 września 2024].

Dąbrowska Justyna, *Memogenna okładka „Vogue Polska”, czyli ironia jako narzędzie marketingowe*, Wirtualne Media, 26 lutego 2018, online: <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/vogue-polska-okladka-memy-ironia-jako-narzedzie-marketingowe> [dostęp: 24 listopada 2024].

Dąbrowska-Kietek Wiesława, *Problematyka ubioru w pracach IWP*, [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 131-136.

Dłużewska Emilia, *Bernard Hanaoka nie żyje. Projektant mody, aktor i kostiumograf miał 68 lat*, Wyborcza.pl, 10 lipca 2017, online: <https://wyborcza.pl/7,75410,22076177,bernard-hanaoka-nie-zyje-projektant-mody-aktor-i-kostiumograf.html> [dostęp: 17 listopada 2024].

Dobkowska Joanna, Pawłowska Aneta, *Barbara Hoff. Królowa kreatywności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2024.

Drączkowska Agnieszka, *„Mięso” zamiast „druciaków”, czyli kim jest Karol Śliwka?*, [w:] Abramowicz Agata, Drączkowska Agnieszka, Friedrich Jacek, Hardziej Patryk (red.), *Karol Śliwka*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019, s. 10-15.

Duchowski Robert, *Tylko przywieź coś z „Dany”*, Szczecin Nasze Miasto, 17 marca 2007, online: <https://szczecin.naszemiasto.pl/tylko-przywiez-cos-z-dany/ar/c10-3090552> [dostęp: 2 listopada 2024].

Durso Chris, *The FabFood Project, High-End Fashion Brand Logos Recreated With Food*, Foodiggity, 20 maja 2014, online: <https://www.foodiggity.com/the-fabfood-project-high-end-fashion-brand-logos-recreated-with-food/> [dostęp: 24 listopada 2024].

Dybicz Paweł, *PRL to Polska*, [w:] Dybicz Paweł (red.), *Polska Ludowa. Historia Państwa Rzeczywistego*, Fundacja Oratio Recta na zlecenie FADH PRL, Warszawa 2019, s. 7-10.

Dybicz Paweł, *Spór o Gierka*, [w:] Dybicz Paweł (red.), *Polska Ludowa 1957-1980*, Fundacja Oratio Recta, Warszawa 2015, s. 114-118.

Dziel Joanna, *Natalia Siebuła – Odwiedziny w pracowni*, Milk & Sun, 4 czerwca 2024, online: <https://milkandsun.com/natalia-siebuła/> [dostęp: 28 listopada 2024].

Dziurok Adam, Gałęzowski Marek, Kamiński Łukasz, Musiał Filip, *Od niepodległości do niepodległości. Historia Polski 1918-1989*, Instytut Pamięci Narodowej, Warszawa 2014.

Eisler Jerzy, *Co nam zostało z tamtych lat. Dziedzictwo PRL*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016.

Frąckiewicz Anna, *Chcemy być nowocześni. Kształt przyszłości, czyli styl lat 50. i 60.*, [w:] Anna Kiełczewska (red.), *Chcemy być nowocześni. Polski design 1955-1968 z kolekcji Muzeum Narodowego w Warszawie*, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 2011, s.18-37.

Frąckiewicz Anna, *Wanda Telakowska*, Culture.pl, 8 maja 2018, online: <https://culture.pl/pl/tworca/wanda-telakowska> [dostęp: 20 października 2024].

Fredro-Smoleńska Maria, *Zdjęcia Romualda Broniarka dokumentują życie codzienne czasów PRL-u*, Vogue Polska, 15 października 2024, online: <https://www.vogue.pl/a/na-wystawie-przy-okazji-nieznane-fotografie-romualda-broniarka-pokazano-zdjecia-uznanego-fotografa> [dostęp: 24 listopada 2024].

Fotografie, dokumenty i pamiątki, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 11-107.

Gajos Hanna, *Bądź dobrze ubrana!*, Oficyna Wydawnicza RYTM, Warszawa 1994.

Gonera Magdalena, Wiśniak Marzena (red.), *Miasto – Moda – Maszyna. Katalog wystawy stałej*, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, Łódź 2023.

Goretzky Anna, *Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Tarmilo” w Tarnowskich Górach – To mój zakład pracy, moje wspomnienia*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 115-117.

Grala Anna, *Co wpływało na modę w PRL?*, [w:] Gonera Magdalena, Wiśniak Marzena (red.), *Miasto – Moda – Maszyna. Katalog wystawy stałej*, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, Łódź 2023.

Grażyna Hase. *Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, online: <https://muzeumwarszawy.pl/wystawa/grazyna-hase-zawsze-w-modzie/> [dostęp: 27 listopada 2024].

Grzela Remigiusz, Grażyna Hase o życiu, twórczości i wystawie „Zawsze w modzie” w rozmowie z Remigiuszem Grzelem, *Zwierciadło*, 10 października 2022, online: <https://zwierciadlo.pl/spotkania/529808,1,grazyna-hase-projektantka-w-wywiadzie-o-swojej-wystawie-zawsze-w-modzie.read> [dostęp: 11 września 2024].

Grzeszak Adam, Socha Ryszard, *Polska dynastia odzieżowa?*, *Polityka.pl*, 31 lipca 2018, online: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/1757918,1,polska-dynastia-odziezowa.read> [dostęp: 17 listopada 2024].

Gucewicz Krystyna, *Wakacje gwiazd w PRL. Cały ten szpan*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2021.

Hadrysiewicz Anna, *Rozdział berliński – głos polski*, [w:] Różyc Marcin (red.) *Lilka. Helena Bohle-Szacka*, Galeria im. Śleńdzińskich, Białystok 2017.

Halawa Mateusz, *Z archeologii mediów: „Dynastia” i „Koło Fortuny”*, „Kultura Popularna”, nr 1, 2004, s. 35-51.

Harbanowicz Justyna, Dytman-Stasieńko Agnieszka, *Magazyn ilustrowany „Ty i Ja”. Projekt alternatywnych stylów życia w PRL-u*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2021.

Helena Bohle-Szacka, Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, online: <https://cmwl.pl/public/informacje/helena-bohle-szacka-przenikanie,222> [dostęp: 27 listopada 2024].

Hendrykowski Marek, *Socrealizm i moda*, [w:] Hendrykowski Marek, *Socrealizm po polsku. Studia i szkice*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2015, s. 110-121.

Historia, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, online: <https://instytutwzornictwa.com/historia/> [dostęp: 23 października 2024].

Historia marki, Kubota Store, online: <https://kubotastore.pl/historia-marki> [dostęp: 28 listopada 2024].

Hoff Barbara, *Jaskółka naszej kolekcji, „Przekrój”*, nr 1177, 1967, s. 12, online: <https://przekroj.pl/en/archive/artykuly/48140?f=numer> [dostęp: 1 września 2024].

Hoff Barbara, *Kolekcja własna Przekroju: Sztruksowe sukienki (dokończenie), „Przekrój”*, nr 1178, 1967, s. 12, online: <https://przekroj.pl/en/archive/artykuly/44633> [dostęp: 1 września 2024].

Hoff Barbara, *Moda na zakończenie, „Przekrój”*, nr 1663, 1977, s. 21, online: <https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/5534?f=numer> [dostęp: 8 września 2024].

Hoff Barbara, *Sukienki ze sztruksu, „Przekrój”*, nr 1178, 1967, s. 12, online: <https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/32124?f=autor:41> [dostęp: 1 września 2024].

Hoff Barbara, Kamyczek Jan, *Jak oni mają się ubierać*, Państwowe Wydawnictwo Iskry, Warszawa 1958.

Idem Magdalena, *Manekin w peniuarze. Moda w II RP*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2022.

Janas Agnieszka, *Dandysi i dżentelmeni*, Wydawnictwo Sophisti BOOKS, Warszawa 2016.

Jatczak-Repeć Aleksandra, 1918-1939. *The Birth of Polish Fashion*, [w:] Sulej Karolina (red.), *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020, s. 12-49.

Jawłowska Aldona, *Drogi kontrkultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1975.

Jaworska Justyna, *Raczej przekroje niż wykroje. Hoff w „Przekroju”*, [w:] Szerle Weronika, Friedrich Jacek (red.), *Barbara Hoff. Polskie Projekty Polscy Projektanci*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019, 30-43.

Jedwab z Milanówka, Milanówek Miasto-Ogród, online: <https://www.milanowek.pl/poznaj-milanowek/jedwab-z-milanowka> [dostęp: 30 czerwca 2024].

Kaczmarek Ryszard, *Historia Polski. 1914-1989*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

Kaliński Janusz, *Gospodarka w PRL*, Instytut Pamięci Narodowej, Warszawa 2012.

Kasprzycki Remigiusz, *Dekada buntu. Punk w Polsce i krajach sąsiednich w latach 1977-1989*, Wydawnictwo Libron, Kraków 2013.

Kienzler Iwona, *Kronika PRL 1944-1989. Moda*, [Tom 16], Edipresse, Warszawa 2015.

Kiszel Beata, *Co ma Śliwka do „Tarmilo”?*, „Montes Tarnovicensis”, nr 113, 2021, online: <https://montes.pl/co-ma-sliwka-do-tarmilo/> [dostęp: 17 sierpnia 2024].

Klepacz Paulina, *Jak nosić mokasyny z białymi skarpetkami, czyli najmodniejszy duet jesieni 2024*, Vogue Polska, 11 września 2024, online: <https://www.vogue.pl/a/jak-modnie-stylizowac-czarne-skorzane-mokasyny-z-bialymi-skarpetkami-jesienia-2024> [dostęp: 23 listopada 2024].

Kolorowy folder reklamowy ZPO „Dana” z 1973 roku (prywatne archiwum Zofii Zdun-Matraszek).

Kolorowy folder reklamowy ZPO „Dana” z 1974 roku (prywatne archiwum Zofii Zdun-Matraszek).

Komorowska Jadwiga, *Nie tylko dla nastolatek*, „Przyjaciółka”, nr 24 (1823), 16 czerwca 1983, s. 16.

Kosiński Krzysztof, *Oficjalne i prywatne życie młodzieży w czasach PRL*, Rosner i Wspólnicy, Warszawa 2006.

Kostyra Klaudia, *Pan Tu Nie Stał. Za co pokochali ich klienci?*, Medialis, 18 lipca 2022, online: <https://medialis.pl/pan-tu-nie-stal-za-co-pokochali-ich-klienci/> [dostęp: 27 listopada 2024].

Kowalska Joanna Regina, *Modna i już! Moda w PRL*, Muzeum Narodowe we Wrocławiu, online: <https://mnwr.pl/modna-i-juz-moda-w-prl/> [dostęp: 27 listopada 2024].

Kowalska Joanna Regina, Możdyńska-Nawotka Małgorzata, *Nowoczesna projektantka w PRL*, [w:] Dąbrowska Agnieszka (red.), *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2022.

Kowalska Joanna, Możdyńska-Nawotka Małgorzata, *Modna i już! Moda w PRL. Hoff, Moda Polska, Dzieci kwiaty, Hase, Na ludowo i inne...*, Kraków, Wrocław 2015.

Kraśnicki Andrzej Jr., *Dana, luksusy wśród ruin i nowa arteria. Spacer aleją Wyzwolenia*, Szczecin Wyborcza.pl, 25 grudnia 2015, online: <https://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/56,34939,19395815,ulica-na-ktorej-przed-wojna-byscie-sie-zgubili-spacer-aleja.html> [dostęp: 3 listopada 2024].

Kreacje z „Dany” chciała nosić cała Polska. „To była jakość, wzór i piękna tkanina”, Dzień Dobry TVN, 13 lutego 2021, online: <https://dziendobry.tvn.pl/moda-i-uroda/trendy-modowe/historia-szczecinskiej-dany-te-kreacje-chciala-nosic-cala-polska-da329160-ls5317021> [dostęp: 2 listopada 2024].

Kubisiowska Katarzyna, *Się żyje. Kora. Biografia*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2023.

Kurowski Bartosz, *Punk. Pokolenie pustki*, Oficyna Wydawniczo-Handlowa Anabasis, Kraków 1997.

Kus Andrzej, *Nowa Dana bliżej. Rozpoczęła się rozbiórka pustostanu*, Głos Szczeciński, 3 lutego 2011, online: <https://gs24.pl/nowa-dana-blizej-rozpoczela-sie-rozbiorka-pustostanu/ar/5422712> [dostęp: 3 lutego 2011].

Lata 90. Moda męska. Co wyróżniało ten styl?, Elle, 27 września 2024, online: <https://www.elle.pl/arttykul/lata-90-moda-meska-co-wyroznialo-ten-styl-240927020811> [dostęp: 17 listopada 2024].

Leach Alec, *The World Is On Fire But We're Still Buying Shoes*, Casimir Books, Berlin 2023.

Lehnert Gertrud, *Historia mody XX wieku*, Könemann, Kolonia 2001.

Louis Lisa, *Francja. Fast fashion będzie musiała przyhamować*, Deutsche Welle, 9 kwietnia 2024, online: <https://www.dw.com/pl/francja-fast-fashion-b%C4%99dzie-musia%C5%82a-przyhamowa%C4%87/a-68777143> [dostęp: 3 lipca 2024].

Łozińscy Maja i Jan, *Design i moda w przedwojennej Polsce*, BOSZ, Olszanica 2022.

Łuczak Marek, *Szczecin. Śródmieście, Nowe Miasto*, Pomorskie Towarzystwo Historyczne, Szczecin 2015.

Make Do and Mend, 1943 – Clothes rationing in Britain, Imperial War Museum, online: <https://www.iwm.org.uk/history/make-do-and-mend-0> [dostęp: 10 lipca 2024].

Malcher Krzysztof, „Żyrafy wchodzą do szafy”: Fotograficzna refleksja o modzie PRL, OCZY.MAG, 16 sierpnia 2023, online: <https://oczy-mag.pl/2023/08/16/zyrafy-wchodza-do-szafy-fotograficzna-refleksja-o-modzie-prl/> [dostęp: 27 listopada 2024].

Maslow Abraham, *Motywacja i osobowość*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Masłowska Dorota, *Nasze życie z Barbie*, „Przekrój”, nr 49, 2003, s. 94.

Matraszek Karol, *Artystka*, Publikacja nakładem własnym Autora, Szczecin 2022.

Mink Rath Patricia, Bay Stefani, Gill Penny, Petrizzi Richard, *The Why of the Buy. Consumer Behavior and Fashion Marketing*, Fairchild Books/Bloomsbury Publishing, Nowy Jork, Londyn 2015.

Miszewska Magdalena, *Misja: odbudowa polskiej kobiety*, Audycje Kulturalne realizowane przez Narodowe Centrum Kultury, 11 maja 2018, online: <https://audycjekulturalne.pl/moda-polska/> [dostęp: 25 września 2024].

Moda stanu wojennego, Muzeum Narodowe we Wrocławiu, online: <https://mnwr.pl/moda-stanu-wojennego/> [dostęp: 27 listopada 2024].

Modzelewska Anna, *Struktury organizacyjne NSZZ „Solidarność” w latach 1980-1989*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2020.

Mruk Joanna, *Moda kobieca w okupowanej Polsce*, Księży Młyn Dom Wydawniczy, Łódź 2017.

Mulvey Kate, Richards Melissa, *Kanony Piękna. Zmieniający się wizerunek kobiety 1890-1990*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 1998.

Myśliwski Jarosław, *Tarnowskie Góry. Taki widok to już historia. Tu było Tarmilo*, Gwarek, 21 lutego 2023, online: https://gwarek.com.pl/pl/11_wiadomosci/40249_tarnowskie-gory-taki-widok-to-juz-historia-tu-bylo-tarmilo.html [dostęp: 18 sierpnia 2024].

Nawój Ewa, „Do widzenia, do jutra...”, reż. Janusz Morgenstern, Culture.pl, 2012, online: <https://culture.pl/pl/dzielo/do-widzenia-do-jutra-rez-janusz-morgenstern> [dostęp: 1 sierpnia 2024].

Oseka Piotr, *Święto inne niż wszystkie. Propaganda i rzeczywistość V Światowego Festiwalu Młodzieży i Studentów w Warszawie* [w:] Oseka Piotr, *Rytuały stalinizmu. Oficjalne święta i uroczystości rocznicowe w Polsce 1944–1956*, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2006, s. 221-242.

Opczyńska Helena (reż.), *Moda na co dzień*, Archiwum Szkoły Filmowej w Łodzi, 1952, online: https://etiudy.filmschool.lodz.pl/material/Moda_na_codzien# [dostęp: 1 sierpnia 2024].

Ostrowski Marek, Sudnik-Wójcikowska Barbara, Galera Halina, *I oczom odkrywców ukazała się zielona wyspa... Badania botaniczne na Stadionie*, [w:] Warsza Joanna (red.), *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009, s. 100-106.

Julia Pańków, Lidia Pańków, *Dyktatorka. Jadwiga Grabowska*, [w:] Pańków Julia, Pańków Lidia, *Kreatorki. Kobiety, które zmieniły polski styl życia*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2018, s. 120-149.

Pańków Julia, Pańków Lidia, *Piękno na co dzień dla wszystkich. Wanda Telakowska*, [w:] Pańków Julia, Pańków Lidia, *Kreatorki. Kobiety, które zmieniły polski styl życia*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2018, s. 308-357.

Paprowicz-Michno Danuta, Wyszogrodzka Alicja, *Pracownia Tkanin w latach 1953-1960* [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 87-89.

Pelka Anna, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2007.

Pęczak Mirosław, *Subkultury w PRL. Opór, kreacja, imitacja*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013.

Piątek Grzegorz, *Palimpsest wpisany w elipsę. O architekturze stadionu*, [w:] Warsza Joanna (red.), *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009, s. 16-26.

Pietrusiewicz Irena, *Trudy pracy badawczej*, [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 140-141.

PKF 17/53 *Operator was podpatrzył* (reż. Helena Lemańska, Polska, 1953), Repozytorium Cyfrowe FilMOTEKI Narodowej, online: <http://repozytorium.fn.org.pl/?q=en/node/7499> [dostęp: 11 sierpnia 2024] cyt. za. Justyna Kowalska, Trendy w modzie „robotniczej” w PKF, „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobięcych”, nr 2 (15), 2023, s. 133-134.

PKF 38/1993 *Inwazja jaszczurów* (Józef Gębski, Cezary Makowski, Spas Christow, Polska, 1993), Ninateka, online: <https://ninateka.pl/movies,1/polska-kronika-filmowa-nr-381993,4252> [dostęp: 11 listopada 2024].

PKF 5/75, Wydanie A, *Kroniki XXX-lecia. Szczecińskie* (red. Mirosław Chrzanowski, Polska, 1975), YouTube, online: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=uLKuVla90NY> [dostęp: 3 listopada 2024].

Po ponad 10 latach budowy wieżowiec Hanza Tower oficjalnie oddany do użytku, Urbanity.pl, 10 marca 2022, online: <https://www.urbanity.pl/zachodniopomorskie/szczecin/po-ponad-10-latach-budowy-wiezowiec-hanza-tower-oficjalnie-oddany-do-uzytku,w21043> [dostęp: 3 listopada 2024].

Podgórska Joanna, *Opakowanie na człowieka*, Archiwum Polityki, 8 kwietnia 2000, online: <https://www.polityka.pl/archiwumpolityki/1849408,1,opakowanie-na-czlowieka.read> [dostęp: 17 listopada 2024].

Polskie wzornictwo XX wieku, Culture.pl, 9 maja 2018, online: <https://culture.pl/pl/artykul/polskie-wzornictwo-xx-wieku> [dostęp: 23 października 2024].

Popko Izabela, *Kraj, który się uzależnił od fast fashion. Kupują 2 razy więcej niż średnia w UE*, Rzeczpospolita, 14 maja 2024, online: <https://sukces.rp.pl/moda/art40341271-kraj-ktory-sie-uzaleznil-od-fast-fashion-kupuja-2-razy-wiecej-niz-srednia-w-ue> [dostęp: 3 lipca 2024].

Porter-Szúcs Brian, *Całkiem zwyczajny kraj. Historia Polski bez martyrologii*, Wydawnictwo Filtry, Warszawa 2021.

Pyzik Agata, Murawski Michał, *Vogue Poland: why the iconic magazine's first Polish cover has proven so controversial*, New East Digital Archive, 15 lutego 2018, online: <https://www.new-east-archive.org/features/show/9656/vogue-poland-jurgen-teller> [dostęp: 27 listopada 2024].

Ramzi Lilah, *A 1940s Fashion History Lesson: Wartime Utility Suits, the New Look, and More Trends of the Decade*, Vogue, 19 kwietnia 2024, online: <https://www.vogue.com/article/1940s-fashion-history-lesson> [dostęp: 10 lipca 2024].

Redakcja tygodnika „Polityka”, *Poczet Kobiet Wpływowych w Polsce*, Archiwum Polityki, nr 6 (2438), 2004, online: <https://www.polityka.pl/archiwumpolityki/1824824,1,poczet-kobiet-wplywowych-w-polsce.read> [dostęp: 8 września 2024].

Ritzer George, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 1997.

Romanowska-Zadrożna Maria, *Światowa wystawa w Nowym Jorku w 1939 r.*, „Cenne, Bezcenne, Utracone”, nr 2(59), 2009, s. 14-20.

Romek Zbigniew, *Walka z „amerykańskim zagrożeniem” w okresie stalinowskim*, „Polska 1944/45–1989. Studia i Materiały”, V/2001, s. 173-208.

Różyc Marcin, *Moda. Duże Brawa*, [w:] Różyc Marcin (red.) *Lilka. Helena Bohle-Szacka*, Galeria im. Śleńdzińskich, Białystok 2017, s. 29-39.

Rzechorzec Ewa, *Dom Mód „Bogusław Herse”*, Wirtualne Muzeum Konstancina, online: http://www.muzeumkonstancina.pl/1160_dom_mod_boguslaw_herse, [dostęp: 25 czerwca 2024].

Rzechorzec Ewa, *Moda Polska*. Warszawa, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2018.

Rzeszotarska Karolina, *Kolekcje słynnej „Dany” w obiektywie Włodzimierza Piątka*. Muzeum techniki zaprasza na wyjątkową wystawę niepublikowanych zdjęć, wszczecinie.pl, 23 czerwca 2023, online: <https://wszczecinie.pl/kolekcje-slyennej-dany-w-objektywie-wlodzimierza-piatka-muzeum-techniki-zaprasza-na-wyjatkowa-wystawe-niepublikowanych-zdjec/44774> [dostęp: 3 listopada 2024].

Salwa Ola, *Transformacja stylu*, Archiwum Polityki, 15 kwietnia 1996, online: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1583171,1,jak-sie-zmienialy-trendy-w-polskiej-modzie.read> [dostęp: 17 listopada 2024].

Sienkiewicz Karol, *Wojciech Fangor, „Postaci”*, Culture.pl, styczeń 2012, online: <https://culture.pl/pl/dzielo/wojciech-fangor-postaci> [dostęp: 31 lipca 2024].

Sieradzka Anna, *Tysiąc lat ubiorów w Polsce*, Arkady, Warszawa 2003.

Siwiec Klaudiusz, *Od modela do niedoszłego właściciela „Tarmilo”*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 129-130.

Sobolak Justyna, *Tak zaczęła kultowa marka. Polacy przywieźli ją z Chin, dziś jest hitem w Biedronce*, Money.pl, 8 sierpnia 2021, online: <https://www.money.pl/gospodarka/tak-zaczynala-kultowa-marka-polacy-podebrali-ja-chinczykom-dzis-jest-hitem-w-biedronce-6669443337452064a.html> [dostęp: 28 listopada 2024].

Sobuś Joanna, *Wspomnienie o Antonim Skowronku*, [w:] Bogusława Brol, *Ubierało nas Tarmilo*, Muzeum w Tarnowskich Górach, Tarnowskie Góry 2022, s. 131-132.

Soszyński Stanisław, *Pierwsze lata*, [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 90-95.

Sulej Karolina, *Fashion Against All Odds*, [w:] Sulej Karolina (red.), *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020, s. 50-97.

Sulej Karolina, *Historie osobiste. O ludziach i rzeczach w czasie wojny*, Czerwone i Czarne, Warszawa 2021.

Sulej Karolina, *Modni. Od Arkadiusza do Zienia*, Świat Książki, Warszawa 2015.

Sulej Karolina, *Rzeczy osobiste. Opowieść o ubraniach w obozach koncentracyjnych i zagłady*, Czerwone i Czarne, Warszawa 2020.

Sulej Karolina (red.), *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020.

Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011.

- Szarłat Aleksandra, *Prezenterki. Tele PRL, Świat Książki*, Warszawa 2015.
- Szarota Piotr, *Od skarpetek Tyrmanda do krawata Leppera. Psychologia stroju dla średnio zaawansowanych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Szcześniak Magda, *Normy widzialności. Tożsamość w czasach transformacji*, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana; Instytut Kultury Polskiej, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2016.
- Szczygielski Marcin, *Flipinki – to my! Ilustrowana historia pierwszego polskiego girlsbandu*, Instytut Wydawniczy Latarnik im. Zygmunta Kazużyńskiego, Warszawa 2013.
- Szerle Weronika, *Projekt Hoff* [w:] Szerle Weronika, Friedrich Jacek (red.), *Barbara Hoff. Polskie Projekty Polscy Projektanci*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019, s. 44-65.
- Szerle Weronika, Friedrich Jacek (red.), *Barbara Hoff. Polskie Projekty Polscy Projektanci*, Muzeum Miasta Gdyni, Gdynia 2019.
- Szostkiewicz Adam, *Hipisi i ubecy w PRL*, *Polityka*, 6 stycznia 2015, online: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/historia/1604475,1,hipisi-i-ubecy-w-prl.read> [dostęp: 12 sierpnia 2024].
- Sztokfisz Marta, *Caryca polskiej mody, święci i grzesznicy*, Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa 2015.
- Tak wyglądał pierwszy sklep IKEA w Polsce. *Otwarto go 30 lat temu!*, *ELLE Decoration*, 30 września 2020, online: <https://decoration.elle.pl/arttykul/tak-wygladal-pierwszy-sklep-ikea-w-polsce-otwarto-go-30-lat-temu>, [dostęp: 11 listopada 2024].
- Telakowska Wanda, *Rodowód IWP i jego początki*, [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 7-14.
- Telakowska Wanda, *Twórczość ludowa w nowym wzornictwie*, Wydawnictwo Sztuka, Warszawa 1954.
- Telakowska Wanda, *W kręgu chłopskiej kultury. Inwencja ludowa we współczesnej wytwórczości*, Nasza Księgarnia, Warszawa 1970.
- Telakowska Wanda, Reindl Tadeusz, *Kultura plastyczna w życiu codziennym*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1975.
- Telakowska Wanda, Reindl Tadeusz, *Problemy wzornictwa przemysłowego*, Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1966.
- Tomasik Krzysztof, *Grażyna Hase. Miłość, moda, sztuka*, Wydawnictwo Marginesy, Warszawa 2016.
- Tracz Bogusław, *Hippiesi, kudłacze, chwasty. Hipisi w Polsce w latach 1967-1975*, Instytut Pamięci Narodowej, Katowice, Kraków 2014.
- Ultra '11, Karolina Piech, online: <https://karolinapiech.com/collections/ultra/index.html> [dostęp: 27 listopada 2024].
- Van Tuong Ngo, *Dziesięciolecie Stadionu*, [w:] Warsza Joanna (red.), *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009, s. 66-70.

Vivienne Westwood, *The First Political And Climate Change Luxury Brand*, Luxiders Magazine, 27 kwietnia 2020, online: <https://luxiders.com/vivienne-westwood/> [dostęp: 15 sierpnia 2024].

Warsza Joanna (red.), *Stadion X. Miejsce, którego nie było. Reader*, Fundacja Bęc Zmiana, Korporacja Ha!art, Warszawa, Kraków 2009.

Weinar Beata, *Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Odra” w Szczecinie – dzieje przedsiębiorstwa w świetle materiałów archiwalnych Archiwum Państwowego w Szczecinie*, „Szczecińskie Studia Archiwalno-Historyczne”, t. 2, 2018, s. 83-100.

Wielka Moda Polska, „Harper’s Bazaar Polska”, nr 05-06, 2013, s. 120-129.

Wielkie otwarcie hotelu Dana. Prezenty od marszałka i prezydenta Szczecina, Szczecin Wyborcza.pl, 28 listopada 2015, online: <https://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/7,34939,19261395,wielkie-otwarcie-hotelu-dana-prezenty-od-marszalka-i-prezydenta.html> [dostęp: 3 listopada 2024].

Williams Dorota, Sołtysiak Grzegorz, *Modny PRL, Świat Książki*, Warszawa 2016.

Wniosek o przydzielenie Państwowym Zakładom Konfekcyjnym w Szczecinie obiektów przy Grünstrasse 16-17 oraz Turnerstrasse 20-21-22, eKurier - Szczecin, online: <https://ekurier.24kurier.pl/Art/ShowFoto?src=20230512\3f242148-aa56-4727-81bf-1ef849187f28.jpg> [dostęp: 2 listopada 2024].

Wójciak Michał, *Metafory mody. Zarządzanie marką autorską w kontekście przemian rynkowych – perspektywa projektantów*, Wydawnictwo Attyka, Kraków 2022.

Wójciak Michał, *Moda zaangażowana – ubiór jako manifest*, [w:] Jureńczyk Łukasz, Szczutkowska Joanna (red.), *Spoleczno-polityczne inspiracje w kulturze i sztuce wizualnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2016, s. 132-148.

Wróbel Agnieszka, *Sentymenty. Lata 90.*, Publikacja nakładem własnym autora, Warszawa 2024.

Wrzesień Witold, *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

Zaborowski Witold, *Pierwsza dekada*, [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 15-20.

Zachara Piotr, *Partyzant pret-a-porter*, „Harper’s Bazaar Polska”, nr 05-06, 2013, s. 116-119.

Zaczyński Michał, *From Bazaars to Sustainable Fashion*, [w:] Sulej Karolina (red.), *The Reason and Flair. A Century of Fashion in Poland*, Instytut Adama Mickiewicza, Poznań 2020, s. 218-269.

Zaczyński Michał, *Ostatni dzień lata. Premierowo na moim blogu Natalia Siebuła i jej nowa kampania*, Michał Zaczyński Blog, 18 stycznia 2024, online: <https://michalzaczynski.com/2024/01/18/ostatni-dzien-lata-premierowo-na-moim-blogu-natalia-siebula-i-jej-nowa-kampania/> [dostęp: 28 listopada 2024].

Zaczyński Michał, *The book: debiut*, „Fashion Magazine”, nr 1 (47), 2014, s. 123-136.

Zaczyński Michał, *Z Olsztyna w kosmos. I z powrotem. Niezwykła kampania nowej kolekcji Natalii Siebuły*, Michał Zaczyński Blog, 7 maja 2021, online: <https://michalzaczynski.com/2021/05/07/z-olsztyna-w-kosmos-i-z-powrotem-niezwykla-kampania-nowej-kolekcji-natalii-siebuly/> [dostęp: 28 listopada 2024].

Zajączkowski Ludwik, *Wspomnienia o profesor Wandzie Telakowskiej i kierownictwie IWP* [w:] Swirida Danuta Hanna (red.), *Dawnych wspomnień czar... Pierwsze 50 lat Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oczami jego pracowników*, Stowarzyszenie Popierania Polskiego Wzornictwa im. Wandy Telakowskiej, Warszawa 2011, s. 37-40.

Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana” w Szczecinie, Archiwum Państwowe w Szczecinie, online: <https://www.szukajwarchiwach.gov.pl/zespole/-/zespole/68877> [dostęp: 2 listopada 2024].

Zblewski Zdzisław, *Leksykon PRL-u*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2001.

Ziębińska-Lewandowska Karolina, *Wstęp* [w:] Dąbrowska Agnieszka (red.), *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2022, s. 6-7.

Zieliński Dominik, *Arkadius. Moda, która stała się sztuką*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 2021.

Żebrowska Karolina, *Polskie piękno. Sto lat mody i stylu*, Znak Horyzont, Kraków 2018.

Żurawski Krzysztof, *Miejska historia*, „Kurier Szczeciński”, nr 91 (21 587), 12-14 maja 2023, s. 3.



SESJA

FOTO

FASHION

HUNGER PL

ZDJĘCIA

WYKONAŁ

PAWEŁ

FABJAŃSKI

































Sesja fotograficzna: Fashion Hunger – PL

Modelki: Aleksandra Maczuga, Karolina Żakowicz

Modele: Maksym Gadka, Eugéne Poks

Włosy: Pacura Studios

Makijaż: Magdalena Krzyżostaniak

Fotograf: Paweł Fabjański

Asystent fotografa: Paweł Szczegryn

Retusz: Retouchment

Stylizacja: Michał Wójciak

Koncepcja i nadzór produkcyjny: Michał Wójciak

Wsparcie produkcyjne: Paweł Fabjański, Jan Skawski

Współpraca: Marek Andrzejewski, Karolina Bożek, Justyna Chudy, Szymon Hliniak, Roksana Jania, Dominika Kłyś-Malec, Kamila Krupnik, Aleksandra Maczuga

Podziękowania za udostępnienie przestrzeni dawnego Centrum Administracyjnego Huty im. Tadeusza Sendzimira w Krakowie Nowej Hucie przy ul. Ujastek 1 spółce Nowe Centrum Administracyjne oraz Małopolskiemu Stowarzyszeniu Miłośników Historii „Rawelin” za opiekę podczas sesji.

Podziękowania za wypożyczenie ubrań i dodatków dla Jerzego Antkowiaka, Barbary Izowskiej, Anny Mielnik, Beaty Pacury, Marii Traczyk, Pan tu nie stał, Kubota, Binokle Optyk.

Sesję zrealizowano w ramach stypendium Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Fot. nr 1 – Eugéne: garnitur z tkaniny vintage Michał Wójciak, t-shirt vintage z motywem Miami Vice, łańcuch vintage

Fot. nr 2 – Maksym: spodenki sportowe POLSPORT z lat osiemdziesiątych XX wieku, sweter skórzany ze skórzanymi wstawkami marki Casual Land z lat osiemdziesiątych XX wieku, skarpetki i klapki Kubota, biżuteria vintage, neseser vintage z lat osiemdziesiątych XX wieku

Fot. nr 3 – Eugéne: czarny trencz jugosłowiańskiej marki Uzor z archiwum Jerzego Antkowiaka, czarny smoking vintage marki Kilmaine, t-shirt Pan tu nie stał, okulary Albert l'mStein (Binokle Optyk), łańcuch vintage, neseser z lat osiemdziesiątych XX wieku, buty Asics

Fot. nr 4 – Eugéne: koszula Robotnicza Spółdzielnia Pracy im. J. Dąbrowskiego w Krakowie z lat osiemdziesiątych XX wieku, garnitur bawełniany Marks & Spencer z lat dziewięćdziesiątych XX wieku, broszka skórzana z lat siedemdziesiątych XX wieku, buty Massimo Dutti

Fot. nr 5 – Karolina: sweter vintage, sukienka Zakłady Przemysłu Odzieżowego „Dana”, naszyjnik z sercem vintage, bransoleta ze stali nierdzewnej Vitaly, kozaki Stradivarius

Fot. nr 6 – Aleksandra: jedwabny komplet Silkan z lat osiemdziesiątych XX wieku, biżuteria vintage, buty Sam Edelman (TK Maxx); Eugéne: koszula Robotnicza Spółdzielnia Pracy im. J. Dąbrowskiego w Krakowie z lat osiemdziesiątych XX wieku, garnitur bawełniany Marks & Spencer z lat dziewięćdziesiątych XX wieku, broszka skórzana z lat siedemdziesiątych XX wieku, buty Massimo Dutti

Fot. nr 7 – Aleksandra: jedwabny komplet Silkan z lat osiemdziesiątych XX wieku, biżuteria vintage, buty Sam Edelman (TK Maxx)

Fot. nr 8 – Maksym: koszula Wólczanka z lat osiemdziesiątych XX wieku, garnitur z tkaniny vintage Michał Wójciak, okulary Nina Mur (Binokle Optyk), buty Adidas

Fot. nr 9 – Aleksandra: zielony żakiet w paski Hoffland, spódnica cięta ze skosu w opartowy wzór Hoffland, kolczyki ASOS DESIGN, okulary Dandy's Eyewear (Binokle Optyk)

Fot. nr 10 – Eugéne: garnitur z tkaniny vintage Michał Wójciak, t-shirt vintage z motywem Miami Vice, łańcuch vintage

Fot. nr 11 – Karolina: sukienka Dom Mody Telimena, sztuczne futro Moda Polska z archiwum Jerzego Antkowiaka, biżuteria vintage

Fot. nr 12 – Aleksandra: wełniany żakiet Moda Polska z archiwum Jerzego Antkowiaka, golf Michał Wójciak, biżuteria vintage, okulary Dandy's Eyewear (Binokle Optyk)

Fot. nr 13 – Maksym: dziergany sweter z lat siedemdziesiątych XX wieku, skórzana marynarka Moda Polska, jeansy marmurki Levi's z lat dziewięćdziesiątych XX wieku, okulary Śląskie Zakłady Mechaniczno-Optyczne OPTA

Fot. nr 14 – Karolina: wzorzysta sukienka z szarfą Eastex z lat siedemdziesiątych XX wieku, botki na obcasie Claudia Ghizzani (TK Maxx)

Copyright © by Michał Wójciak

Fashion Hunger PL – dziedzictwo polskiej mody XX wieku

Instytut Badań Organizacji Kultury – IBOK

ul. Łojasiewicza 4

30-348 Kraków

Publikacja dostępna bezpłatnie w formacie pliku pdf na stronie:

www.ibok.org.pl

Zezwala się na korzystanie z publikacji *Fashion Hunger PL – dziedzictwo polskiej mody XX wieku* na warunkach licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Na tych samych warunkach 4.0 (znanej również jako CC-BY-SA) dostępnej pod adresem: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> lub innej wersji językowej tej licencji lub którejkolwiek późniejszej wersji tej licencji opublikowanej przez organizację Creative Commons.

Korekta:

Jan Skawski

Projekt książki wraz z okładką:

Michał Wójciak



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego

Zrealizowano w ramach stypendium

Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

ISBN 978-83-959488-6-2

Co łączy modę i kulinaria?

Obie te dziedziny wymagają kreatywności, umiejętnego łączenia składników oraz nieustannego poszukiwania inspiracji. Jedzenie, podobnie jak modne ubrania, obuwie, biżuteria i dodatki zaspokajają nasze różnorodne potrzeby. Moda to zatem nie tylko to, co materialne, ale również szereg praktyk, które w Polsce zmieniały się na przestrzeni dekad. Wraz z nimi zmieniał się również stosunek obywateli do samej mody.

- Jak kształtował się rozwój polskiego wzornictwa po II wojnie światowej?
- Kim byli bikiniarze?
- Co łączyło Barbarę Hoff i Grażynę Hase?
- Które przedsiębiorstwo było „ministerstwem mody”?
- Kto stał się bohaterem zbiorowej wyobraźni Polek i Polaków w latach pięćdziesiątych XX wieku?

Publikacja „Fashion Hunger PL – dziedzictwo polskiej mody XX wieku” pokazuje niezwykle historie ludzi, miejsc i zakładów, które składają się na barwną i wzruszającą opowieść o polskiej modzie w czasach realnego socjalizmu i raczkującego kapitalizmu lat pięćdziesiątych XX wieku. Dopełnieniem tekstu są zdjęcia Pawła Fabjańskiego, na których znalazły się stylizacje z wykorzystaniem oryginalnych ubrań, biżuterii i dodatków z epoki sfotografowane w niezwykłych wnętrzach dawnego Centrum Administracyjnego Huty im. Tadeusza Sendzimira w krakowskiej Nowej Hucie.

dr Michał Wójciak – projektant i teoretyk mody. W 2019 roku uzyskał stopień doktora w dziedzinie nauk społecznych na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Autor książki „Metafory mody. Zarządzanie marką autorską w kontekście przemian rynkowych – perspektywa projektantów”, która w 2022 roku ukazała się nakładem wydawnictwa Attyka. Zdobywca nagród i wyróżnień w polskich i zagranicznych konkursach dla projektantów mody, stypendysta Miasta Krakowa w 2020 roku oraz laureat Stypendium Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego na 2023 roku.

ISBN: 978-83-959488-6-2

Zrealizowano w ramach stypendium Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego