

Joanna Dobkowska-Kubacka
Aneta Pawłowska



Barbara

HOFF

Królowa kreatywności

PRL. Biografie



Barbara
HOFF



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Joanna Dobkowska-Kubacka
Aneta Pawłowska

Barbara

HOFF

Królowa kreatywności

PRL. Biografie

 **WYDAWNICTWO**
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO
Łódź 2024

Joanna Dobkowska-Kubacka (ORCID: 0000-0003-0663-4357)
– Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata
00-371 Warszawa, ul. Foksal 11/6
Aneta Pawłowska (ORCID: 0000-0003-2847-4403)
– Uniwersytet Łódzki, Wydział Filozoficzno-Historyczny, Katedra Historii Sztuki
90-131 Łódź, ul. Narutowicza 65

RADA NAUKOWA SERII

Przemysław Waingertner (przewodniczący), Uniwersytet Łódzki • Jerzy Eisler, Oddział IPN
w Warszawie • Stanisław Jankowiak, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
• Eryk Krasucki, Uniwersytet Szczeciński • Krzysztof Lesiakowski, Uniwersytet Łódzki
• Małgorzata Machalek, Uniwersytet Szczeciński • Jarosław Pałka, Archiwum Historii Mówionej
Domu Spotkań z Historią i Ośrodka KARTA w Warszawie • Robert Skobelski
Uniwersytet Zielonogórski

RECENZENTKA

Ewa Letkiewicz

REDAKTOR INICJUJĄCY

Natasza Koźbial

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Beata Otocka

SKŁAD I ŁAMANIE

AGENT PR

PROJEKT GRAFICZNY OKŁADEK SERII

Katarzyna Turkowska

DOSTOSOWANIE PROJEKTU

Monika Rawska

Na okładce wykorzystano zdjęcie Barbary Hoff
Źródło: fot. Wojciech Plewiński / Forum
Tło okładki: Rondo ONZ w Warszawie (widok w kierunku południowo-wschodnim)
zdjęcie Henryka Jurki

© Copyright by Joanna Dobkowska-Kubacka, Aneta Pawłowska, Łódź 2024

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2024

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.10746.22.0.K

<https://doi.org/10.18778/8331-410-5>

ISBN 978-83-8331-410-5

e-ISBN 978-83-8331-411-2

Spis treści

WSTĘP. Moda niepoprawna politycznie	7
PANNA Z DOBREGO DOMU. Rodzina, dzieciństwo, wczesna młodość, małżeństwo z Tyrmandem	39
Nowa rzeczywistość	49
Historia sztuki zamiast prawa	54
Czy te skarpetki były czerwone	57
Miłość pod czujnym okiem ubecji	70
Tragedia	77
Pożegnania	80
JAK ZOSTAĆ DYKTATORKĄ. Hoff w „Przekroju”	87
Fenomen „Przekroju”	90
Duet doskonały	96
Solo	110
Wychowawczyni	126
Wyrocznia	131
Patronka zaradności	135
Reporterka	139
Ale to nie wszystko	141

IMPERIUM HOFF. Wzlot. Apogeum. Zmierzch	145
Na skróty	147
Walka w czynie społecznym	171
Tajemnica sukcesu	174
Hity Hofflandu	185
Reklama dźwignią handlu	188
Zmierzch Hofflandu	192
To już jest koniec	207
ZAKOŃCZENIE. „Nie gadajmy już o modzie”	211
BIBLIOGRAFIA	221
SPIS ILUSTRACJI	231

WSTĘP

Moda niepoprawna politycznie

Mogłoby się wydawać, że nie ma co rozdzierać szat o nowy krój płaszcza czy jakąś tam długość spódnicy – moda¹ to błahostka niegodna uwagi już nie tylko prawdziwego filozofa, ale każdego poważnie myślącego człowieka. Otóż, nie do końca. *Moda jest ważna, gdy o coś walczy*² – oświadczyła bohaterka tej książki, Barbara Hoff, kultowa postać PRL-u, która projektantką ubrań została w gruncie rzeczy przez przypadek bądź zrządzenie losu.

Zajęła się modą w czasie, gdy w sferze polskiej gospodarki obowiązywał system nakazowo-rozdzielczy i rząd usiłował za jego pomocą wyeliminować tzw. sektor prywatny. Ten ostatni okazał się jednak zaskakująco odporny na wysiłki zmierzające do jego likwidacji. Zmagania owe otrzymały chwytliwe miano „bitwy o handel”.

Oczywiście, nie tylko handel stanowił pole bitwy. Od roku 1944, czyli momentu symbolicznego powołania do życia Polski Ludowej manifestem Polskiego Komitetu Wyzwolenia Narodowego (PKWN) z dnia 22 lipca, władze podejmowały też próby pełnej kolektywizacji gospodarki chłopskiej, forsując

¹ Sam termin „moda” budzi wątpliwości, czy powinno się nim określać praktykę społeczną (tzn. jak ubierano się w badanym okresie), czy też trendy lansowane przez projektantów bądź marki odzieżowe i rozpowszechniane przez prasę. „Moda” obejmuje oba te obszary. Na potrzeby tego opracowania przyjmujemy jednak drugie znaczenie, gdyż pozwala na podkreślenie ważnego aspektu, mianowicie recepcji zachodnich wzorów w socjalistycznej Polsce.

² Cytat za: Aleksandra Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2015, s. 13.

rozbudowę przemysłu ciężkiego oraz inwestując znaczne środki w wojsko oraz przemysł zbrojeniowy³.

Barbara Hoff zajęła się modą zawodowo w 1954 roku. Karierę rozpoczęła od współprowadzenia rubryki dla kobiet w „Przekroju” i aż do końca XX wieku⁴ dyktowała Polkom oraz Polakom w co się ubierać. Inne rozpoznawalne nazwiska projektantów z PRL-u to Xymena Zaniewska (1927–2016), Jerzy Antkowiak (ur. 1935) oraz Grażyna Hase (ur. 1939). Wszyscy oni „wypracowali sobie nazwisko znane szerszej publiczności i – jak powiedzielibyśmy dzisiaj – status celebryty”⁵. Jednak jedynie Barbara Hoff stworzyła własne imperium modowe – Hoffland, pod parasolem Państwowych Domów Towarowych Centrum w Warszawie. Dokonała tego, co warte podkreślenia, w latach polityki niedoboru i ograniczania prywatnej inicjatywy.

3 Po wyeliminowaniu legalnej opozycji (Polskie Stronnictwo Ludowe – PSL), sfalszowaniu referendum w 1946 roku i wyborów w 1947 roku oraz pokonaniu zbrojnego podziemia (członków Narodowych Sił Zbrojnych, organizacji Zrzeszenie Wolność i Niezawisłość oraz Narodowego Zjednoczenia Wojskowego), a wreszcie odsunięciu na boczny tor w roku 1948 grupy pod wodzą Władysława Gomułki (1905–1982), która lansowała tak zwaną polską drogę do socjalizmu (określaną nieprzychylnie jako „odchylenie prawicowo-nacjonalistyczne”), nastąpiło umocnienie dyktatorskiego systemu rządów, co często określa się mianem stalinizacji. W ramach tego procesu dokonywano też jednoczenia organizacji politycznych i społecznych na warunkach komunistów. Władze eliminowały potencjalnych i faktycznych przeciwników władzy, stosując wzmożony terror za pośrednictwem Ministerstwa Bezpieczeństwa Publicznego (MBP). Ponadto zacieśniono związek Polski z blokiem krajów zdominowanych przez ZSRR, co wyraziło się w członkostwie w Radzie Wzajemnej Pomocy Gospodarczej (RWPG) od 1949 roku i w Układzie Warszawskim od roku 1955. Jak zauważał Dariusz Stola: „W 1952 r. Polska była krajem zamkniętym. Od świata odgradzał ją płot z drutu kolczastego o długości ponad 2 tys. km, 1300 wież strażniczych i pas zagrabionej ziemi o długości ponad 3 tys. km, granic strzegło 30 tys. żołnierzy Wojsk Ochrony Pogranicza mających rozkaz strzelać do każdego, kto spróbuje ucieczki”. Zob. Dariusz Stola, *Kraj bez wyjścia? Migracje z Polski 1949–1989*, Warszawa 2020, Instytut Pamięci Narodowej, Instytut Studiów Politycznych PAN, s. 10.

4 Czynna była dłużej: w „Przekroju” do 2002 roku, Hoffland prowadziła do 2007 roku. W nowym tysiącleciu jej wpływ jednak znacznie osłabł.

5 Joanna Regina Kowalska, Małgorzata Możdżyńska-Nawotka, *Nowoczesna projektantka w PRL*, [w:] Grażyna Hase. *Zawsze w modzie*, red. Agnieszka Dąbrowska, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 2022, s. 13.

W licznych wywiadach, zwłaszcza tych udzielanych po 1989 roku, twierdziła, że przez całe dekady życia w PRL traktowała modę jako manifest ideologiczny oraz oręż bojowy⁶.

Jak więc – i z czym – można było w owej epoce walczyć za pomocą fasonu sukienki, marynarki, bluzki etc.? Na pewno z osławionymi „niedoborami rynkowymi”.

O ile bowiem teza o walce poprzez modę pociąga za sobą konieczność dokładnej analizy poszczególnych postaw, należy też zachować ostrożność, by nie wpaść w pułapkę tak chętnie budowanych postsocjalistycznych autolegend kombatanckich, o tyle walka obywateli (obywatelek) PRL „o modę w ogóle” rzuca się oczy od pierwszego wejrzenia w temat⁷. Podążanie za trendami lansowanymi przez zachodnich projektantów i kapitalistyczną prasę kierowało mieszkańców socjalistycznego kraju na wyboistą drogę. Wiązało się z wyrzeczeniami, wydatkami, wymagało życiowego sprytu i obrotności oraz dużej dozy kreatywności. Podobnie chęć ubierania się z tzw. klasyczną elegancją – ona również napotykała na wiele wyzwań. Pierwszym z nich było osławione „zaopatrzenie” – stale problematyczne, aczkolwiek natężenie problemu

-
- 6 Zob. np. Anita Błaszczak, *Ciuchy dla ludzi*, „Rzeczpospolita”, 18.06.2001; Grażyna Cudak, *Bez sentymentu*, „Przegląd” 2007, nr 21; Włodzimierz Kalicki, *Polityczny fason kiecki Barbary Hoff*, „Wysokie Obcasy” 2007, nr 4, <https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,53662,3872542.html?as=1&ias=7&startsz=x&disableRedirects=true> [dostęp: 19.09.2023].
- 7 O zjawisku „upolitycznienia” mody w Polsce w okresie PRL-u pisali: Hanna Świda-Ziemia, *Młodzież PRL. Portrety pokoleń w kontekście historii*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2010; Piotr Szarota, *Od skarpetek Tyrmanda do krawata Leppera. Psychologia stroju dla średnio zaawansowanych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008; Anna Pelka, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Trio, Warszawa 2007 oraz też, *Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD*, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2013, zwłaszcza rozdział pt.: *Ciuch politycznie niepoprawny*, s. 9–71; oraz przyczynkowo – głównie o środowisku Krakowa – Leszek Dzięgiel, *Moda jako forma politycznego protestu. Z życia krakowskich studentów początku lat 50.*, „Prace Etnograficzne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego” 1996, nr 34, s. 52–56. Jednocześnie należy zauważyć, że z tezą polityczności projektów modowych Hoff polemizuje Olga Załęska, *Strój jako narzędzie propagowania mieszczańskiego habitusu – analiza artykułów Barbary Hoff w „Przekroju”*, „Studia Etnologiczne i Antropologiczne” 2022, t. 22, nr 2, s. 1–16, <https://doi.org/10.31261/SEIA.2022.22.02.01>. Załęska uważa, iż: „[w] lakonicznych komunikatach trudno dopatrywać się oddziaływania politycznego czy społecznego, co podważa tezę, jakoby Barbara Hoff uprawiała agitację antykomunistyczną” (tamże, s. 10).

zmieniało się w poszczególnych dekadach. Tragiczne po wojnie, „za Gierka” – zdaniem wielu osób – znośne, choć nie w pełni satysfakcjonujące, sięgnęło dna w latach 80. Generalnie jednak przez cały PRL klienci „polowali” na dobrą (w miarę dobrą albo w ogóle jakąś) sztukę odzieży bądź parę obuwia, sklepy walczyły o asortyment (lub odpuszczaly sobie ten kłopot), zakłady odzieżowe toczyły wielomiesięczne boje o dobre (finalnie w ogóle jakieś) tkaniny plus inne konieczne surowce.

Skargi na niedobory oraz złą jakość ubrań i dodatków pojawiały się nagminnie, przesączaając się do prasy. Prasa apelowała o poprawę zaopatrzenia. Władza, we własnym przekonaniu, robiła, co mogła: powoływała komisje, zakładała centrale, opracowywała procedury, zlecała przygotowywanie raportów, sprawozdań, planów, prognoz popytu tudzież podaży etc.

Mało kto jednak ośmielał się głosić publicznie, iż trudności związane są nieodłącznie z centralizacją zarządzania przemysłem, skomplikowaną strukturą tegoż zarządzania (koniecznością uzyskiwania akceptacji na kilku szczeblach, dalekosiężnym i z konieczności abstrakcyjnym planowaniem produkcji⁸, priorytetem wykonania planu – wszystko jedno, w jaki sposób) oraz z rozbudowaną biurokracją; krótko mówiąc – modelem socjalistycznej gospodarki.

W dodatku moda jako taka, sama jej idea, spotykała się z niezrozumieniem, a nawet niechęcią wielu dyrektorów zakładów odzieżowych, często ludzi z tzw. awansu społecznego i „nowej inteligencji” oraz partyjnych decydentów. Zgadzała się ona co do kwestii, że ludzie muszą się ubierać – ciepło lub lekko w zależności od pogody, dobrze jeśli ładnie (choć gust kadry kierowniczej mógł się znacznie różnić od gustu osób uwrażliwionych estetycznie), ale żeby modnie? Co to w ogóle znaczy? Chodzi o fasony i kolory, które trzeba zmieniać co sezon? Ale właściwie po co? Burżujska fanaberia.

Dany model odzieży mógł wejść do produkcji po mniej więcej dwóch latach od jego zaprojektowania i taka kolej rzeczy nie budziła zdziwienia. Często też jedynie z grubsza przypominał wzór stworzony przez projektanta: z racji niedoborów rynkowych w segmencie tkanin i materiałów wykończeniowych, a także „normominut” przewidzianych na wykonanie. Każdy bowiem nowy

⁸ Fakt znaczącego utrudnienia produkcji poprzez centralne planowanie akcentuje też np. badaczka Anna Pelka, *Z politycznym fasonem...*, s. 6.

wzór, który miał wejść do fabrycznej produkcji, powinien najpierw zostać zaprezentowany niezależnej od danego zakładu odzieżowego branżowej komisji pracochłonności⁹. Komisja decydowała, ile czasu powinno zająć „skonfekcjonowanie” (czyli uszycie) danego modelu. Liczyła to w „normominutach” stanowiących przyjętą jednostkę „pracochłonności”. Jeśli dany wzór miał być produkowany wielkoseryjnie (wielkoseryjność również określały normy, np. dla sukienki z wełnianej tkaniny wynosiła ona minimum trzy tysiące sztuk, dla bawełnianej minimum 10 tysięcy), normominutę mnożyło się przez 12 groszy (dane z 1967 r.). Natomiast gdy komisja uznała dany wzór za „modelowy”, przeznaczony do krótkoseryjnej produkcji, normominuty potrzebne do wykonania jednej sztuki mnożono przez 24 grosze. Mnożąc następnie uzyskaną cenę przez ułamek 0,31, otrzymywało się sumę, jaką wolno było wydać na koszty robocizny bezpośredniej¹⁰. W ten sposób fabryka odgórnie dowiadywała się, ile ma kosztować zamierzona produkcja¹¹. Jeśli coś trzeba było przy tym poświęcić, na pierwszy ogień szła zwykle wierność w stosunku do zaprojektowanego pierwowzoru. Zakłady działały w myśl zasady „tak krawiec kraje, jak materii staje”, zmieniając rodzaj tkaniny, kolor, a często też i krój. Ostateczny fason często bywał inny od zamierzonego, ale i tak „sprzedawał się” w czasach niedoboru wszystkiego.

Z drugiej jednak strony można zaobserwować obsesję władzy ludowej nie tylko na punkcie mody, ale szerzej pojętego dizajnu. Podkreślano bowiem, że:

W krajach uprzemysłowionych i wielu przystępujących do industrializacji problem szkolenia specjalistów od wzornictwa pozyskał rangę sprawy bardzo ważnej. Ich poziom i liczebność może rozstrzygać już w niedalekiej przyszłości nie tylko o zaspokojeniu potrzeb własnych obywateli. Przygotowanie do trudnej pracy we wzornictwie będzie decydować o szansach w handlu międzynarodowym, a także przyczyniać się do politycznego prestiżu państwa¹².

9 Wojciech Kubicki, *Konfeksjoner czy przedsiębiorca*, „Życie Warszawy” 1967, nr 263.

10 Tamże.

11 Tamże.

12 Wanda Telakowska, Tadeusz Reindl, *Problemy wzornictwa przemysłowego*, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Warszawa 1986, s. 106.

Co więcej twierdzono, iż: „Moda staje się zamówieniem mas [...], a socjalistyczna produkcja [...] ma warunki, aby łagodzić tempo zmian mody i przez to oszczędniej gospodarować surowcami oraz unikać ekstrawagancji, dawać modele spokojniejsze”¹³.



Il. 1. Pokaz mody w Teatrze na Wyspie w Łazienkach Królewskich w Warszawie (suknia), 1955. Zbiory NAC

13 Ewa Szyller, *Historia ubioru*, Państwowe Wydawnictwa Szkolnictwa Zawodowego, Warszawa 1960, s. 307.



II. 2. Pokaz mody w Teatrze na Wyspie w Łazienkach Królewskich w Warszawie (bluzka i spódnica), 1955. Zbiory NAC



II. 3. Walne Zgromadzenie Oddziału Towarzystwa Przyjaciół Żołnierza – Warszawa Śródmieście w sali „Ogniska”. Rewia modeli ubrań szkolnych i dzieciennych, 1950. Zbiory NAC

Dlatego też powstawały w Polsce Ludowej liczne państwowe wyższe szkoły sztuk plastycznych ukierunkowane na kształcenie projektantów. Zadanie absolwentów tych placówek, zatrudnianych w zakładach przemysłowych po zakończeniu edukacji, polegało na przygotowywaniu wzorów, które miały być wdrażane do produkcji. Wielu spośród projektantów było utalentowanych, przejętych swoją pracą. Starali się adaptować zachodnie trendy do polskich możliwości, zwykle jednak zderzali się z rzeczywistością: wymogami produkcji, niedostatkami materiałów, brakiem zrozumienia, różnicą gustów itp. Zdecydowanie mniej stresująca praca czekała na nich w specjalnych jednostkach centralnych powołanych w celu przygotowywania „wzorów dla przemysłu” oraz wyznaczania drogi dla krajowego wzornictwa. Były to np.: Centralne Laboratorium Przemysłu Odzieżowego z siedzibą w Łodzi (w jego ramach funkcjonowały Pracownia Odzieży Lekkiej i Ciężkiej oraz Pracownia Odzieży Roboczej)¹⁴, Centralne Biuro Wzornictwa Przemysłu Lekkiego (działające w ramach Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie), Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego w Krakowie. W owych państwowych „wzorcowniach” często powstawały ciekawe modele, tyle że albo nie wchodziły do produkcji (ewentualnie wchodziły w krótkich seriach, przeznaczane na eksport), albo wychodziły z hal produkcyjnych niezupełnie takie, jak je sobie projektant wymyślił.

Miejscem, które pomagało zweryfikować atrakcyjność danego wzoru, była tzw. giełda wzorów, podczas której przedstawiciele placówek handlowych, zrzeszeń handlu itp., oglądali – przygotowane przez instytucje wzornicze /fabryki – prototypy. Zamawiali konkretne modele, które, jak uważali, gwarantowały dobrą sprzedaż. Potem często się okazywało, że nie otrzymają ich w terminie albo nie otrzymają w ogóle, a przynajmniej nie takie, o jakie im chodziło. Zakłady, nie mając możliwości realizacji zamówionych modeli, porzucały zakontraktowane wzory lub modyfikowały je w sposób daleko odbiegający od pierwotnego projektu. Handel zaś nie miał innego wyjścia jak brać, co było do wzięcia, ewentualnie skarżyć się do Zjednoczenia Przemysłu Odzieżowego, które miało nadzorować i koordynować produkcję

¹⁴ Szerzej: Adam Drozdowski, *Współpraca między łódzkimi zakładami włókienniczymi a Państwową Wyższą Szkołą Sztuk Plastycznych w latach 1945–1989*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2022, s. 190–212 [niepublikowany doktorat].

poszczególnych fabryk (tak by nie przeszkadzały sobie nawzajem, nie podbierały surowców, zaspokajały regionalny popyt itd.). Nad wszystkim czuwało ministerstwo oraz minister przemysłu lekkiego, generalnie troszczący się o to, by Polki i Polacy mieli się w co ubrać i w co obuć – z różnym, jak już o tym była mowa, efektem.

Na specjalnych prawach, niejako poza zarządzanym centralnie systemem, funkcjonowała Moda Polska. Powstała w Warszawie w 1958 roku z połączenia Biura Pokazów Mody EWA z przedsiębiorstwem Gallux-Hurt. Miała status placówki reprezentacyjnej, związany z tym przywilej pierwszeństwa zakupu tkanin polskiej produkcji, a nawet możliwość nabywania za dewizy tkanin zagranicznych. Do jej dyspozycji pozostawała też specjalna pracownia oraz zakład krawiecki, choć i tak zasadniczą część produkcji wykonywali tzw. chałupnicy. Firmie przez wiele lat szefowała Jadwiga Grabowska, która dobrała do pomocy zespół zdolnych projektantów. Jeden z nich – Jerzy Antkowiak, który później przejął od niej pałeczkę, tak wspominał zasady funkcjonowania firmy: „[...] byliśmy wtedy takimi trochę rozpieszczonymi dziećmi socjalizmu, mieliśmy pieniądze na import dobrych tkanin włoskich, sprowadzaliśmy angielskie tweedy, włoskie jedwabie. Byliśmy trochę w oparach luksusu, wobec czego dziennikarze ciągle nas atakowali, że to nie jest moda dla przodującej traktorzystki. Mieliśmy import dobrych kosmetyków”¹⁵. Zadanie zatrudnionych w Modzie Polskiej szczęściarzy polegało przede wszystkim na tworzeniu strojów na imprezy i targi międzynarodowe. Były to więc ekskluzywne kolekcje interpretujące wiodące trendy światowe, krótkie serie, na eksport, egzemplarze próbne itp. Powstawały głównie na pokaz, ku chwale PRL, ewentualnie jako źródło inspiracji dla innych krajowych producentów. Zwykli Kowalscy nie mieli zbyt wielu szans, by się w Modzie Polskiej ubrać, choć w większych miastach Polski utworzono sieć salonów firmowych w liczbie ok. 60¹⁶.

15 Cyt. za: Zbigniew Zaporowski, *Od gorsetu do mini. Społeczny kontekst mody damskiej w XX wieku*, [w:] *Ciało, strój, biżuteria w kontekście przemian kulturowych pierwszej połowy XX wieku*, t. 2, red. Ewa Letkiewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2017, s. 255–256.

16 Tamże, s. 255.



Il. 4. Sklep „Moda Polska” w Pasażu Śródmiejskim w Warszawie, 1969. Zbiory NAC

Owszem, trafiały do nich niektóre modele z wybranych kolekcji, w cenach zazwyczaj wysokich, a zdarzało się, że i „odrzuty z eksportu”. Termin „odrzuty z eksportu” miał w PRL status wręcz kultowego, gwarantującego doskonałą jakość produktu (choć teoretycznie chodziło przecież o „odrzuty”). Wieść, że „gdzieś je rzucili” elektryzowała publikę: dopytywano się nawet nie co, tylko gdzie. Gdzie?!

Sławą wytwórcy ekskluzywnego, drogiego odzienia, przede wszystkim na eksport, cieszył się też Dom Mody Przemysłu Odzieżowego Telimena, utworzony w 1958 roku z inicjatywy Krystyny Depczyńskiej. Z wykształcenia plastyczka, z zawodu projektantka, piastowała przy łódzkiej fabryce tkanin stanowisko dyrektora artystycznego. Z produkowanych w zakładzie materiałów tworzyła kolekcje odzieży, które następnie promowała za pomocą pokazów mody, a także sesji zdjęciowych publikowanych w prasie. Telimena, podobnie jak Moda Polska (a także Cora i inne zakłady), starała się tworzyć sieć salonów firmowych (albo sklepów patronackich). Tam właśnie trafiała część produkcji oraz owe „odrzuty z eksportu”, sprzedawane często – tu znów kultowy PRL-owski termin – „spod lady”.

Niedobory rynkowe najdotkliwiej dawały o sobie znać w zakresie obuwia; produkcji butów śmiało można nadać miano „pięty achillesowej” i tak już kulejącego przemysłu PRL. Problem wykraczał poza dylematy modne – niemodne i dotykał niewygórowanej wszak ludzkiej potrzeby, by założyć na stopę coś wygodnego, w odpowiednim rozmiarze, i żeby nie była to jedynie skarpetka.

Handel, jak pisały gazety (np. „Magazyn Rodzinny” w 1978 roku), zmuszo- no tu został do przyjęcia roli pokornego petenta w stosunku do producenta:

zamówiony na wiosennych giełdach towar nie nadchodził z fabryk w ustalonym terminie, przy czym opóźnienia te sięgały często kilku tygodni. Będąc zatem w przymusowej sytuacji handel niejednokrotnie godził się na przesunięcie terminów dostaw. Ale i na tym nie koniec. Niektórzy producenci proponowali nawet zamianę wzorów bucików na inne modele. I znów handel zmuszony był nieraz godzić się i na to. W rezultacie pomiędzy poszczególnymi wojewódzkimi przedsiębiorstwami handlowymi, a fabrykami obuwia i Zjednoczeniem Przemysłu Skórzanego w Łodzi bez przerwy krążyły ponagląjące pisemka. Niestety nie zawsze ze skutkiem...¹⁷

Skoro prasa alarmowała, iż sytuacja nabrzmiała do tego stopnia, że rodzi społeczne niezadowolenie, rząd postanowił rozwiązać problem na szczeblu najwyższym, za pomocą odgórnej dyrektywy.

17 Danuta Mąkowa, *Jak nam szyją buty*, „Magazyn Rodzinny” 1978, nr 3.

W tej sytuacji uchwała Rady Ministrów z dnia 4 grudnia 1975 roku zobowiązywała Ministra Przemysłu Lekkiego do wprowadzenia zmian zmierzających do radykalnej poprawy standardu obuwia [...]. W wyniku realizacji tej uchwały opracowany został szeroki program działania. M.in. poza zmianami kadrowymi, w poszczególnych zakładach ustawiono tak plany produkcyjne, aby mogły one bardziej elastycznie przystosowywać się do potrzeb rynku [...]. Niezależnie od tego szereg zakładów otrzymał poważny zastrzyk w postaci maszyn i urządzeń. [...] Rozbudowano i zmodernizowano zakłady obuwnicze w Radomiu i Starogardzie oraz garbarnie w Gnieźnie, Brzegu i Krynkach, oddano także nowoczesną garbarnię w Lubartowie...¹⁸

I co? Nadal „polowanie na buty” rzadko kończyło się pełnym sukcesem. Chyba że na bazarze...

Przez całe dekady trwania PRL-u bazyry pozostawały mekką i ostatnią deską ratunku dla zdesperowanych „fashionistów”. Władza tolerowała je z konieczności i traktowała z dużą dozą nieufności, jako ucieleśnienie przedsiębiorczej inicjatywy prywatnej, niezgodnej z duchem socjalizmu. Czynnikiem dodatkowo obciążającym reputację bazarów w oczach zelotów nowego ustroju był fakt, że sprzedawano tam rzeczy z Zachodu, popularyzując w ten sposób kapitalistyczną produkcję.

Bezpośrednio po wojnie na bazyry trafiały artykuły z paczek wysyłanych przez United Nations Relief and Rehabilitation Administration (UNRRA), międzynarodowej organizacji utworzonej w 1943 roku w Waszyngtonie, której zadaniem było niesienie pomocy krajom zniszczonym wojną. Organizację tę wdzięczni Polacy nazywali z sympatią „ciocią Unrą”. „Ciocia” wsadzała do paczek nie tylko leki, jedzenie, środki czystości, ale też ubrania, a wśród nich – amerykańskie mundury z demobilu. Te ostatnie stanowiły przedmiot pożądania wielu polskich mężczyzn. Wojskową kurtkę narzuconą na czarny sweter nosił m.in. Zbyszek Cybulski, uwodzący kobiety bezradnym, rozkojarzonym spojrzeniem krótkowidza.

Z upływem lat i nadejściem wprawdzie niedoskonałej, ale jednak stabilizacji, bywalcy bazarów nie odwiedzali ich już w celu zaspokojenia podstawowych potrzeb bytowych, tylko dla mody i stylu. Wprawdzie UNRRA musiała

18 Tamże.

zakończyć działalność w Polsce, lecz zachodnie ciuchy¹⁹ wciąż trafiały na bazyry w dużej obfitości, tym razem z paczek przysyłanych Polakom przez krewnych z zagranicy, głównie z USA. Z tego właśnie powodu zasłużoną renomą wśród wtajemniczonych cieszyły się bazyry na południu Polski, bo tam najczęściej osób miało rodzinę w Ameryce. Górale z Podhala wozili ciuchy na bazar w Nowym Targu i na Rynek Zwierzyniecki w Krakowie. Sprzedawali je często handlarzom przybyłym z centralnej Polski. Po towar, który trafiał następnie na słynny bazar Rózyckiego, obrotni warszawiacy udawali się też do Rzeszowa i Przemyśla. Gdy „Rózyć” pękał już w szwach, handel ciuchami w stolicy przeniósł się na plac Szembeka. Wkrótce zabrakło miejsca i na Szembeku. W związku z tym w 1959 roku miasto wydzieliło na handel ubraniami i dodatkami plac przy ulicy Lubelskiej, w pobliżu Dworca Wschodniego. Przygotowało go solidnie, wyposażając w aż 180 zadaszonych stoisk.



II. 5. Bazar Rózyckiego w Warszawie, lata 60. XX w. Zbiory NAC

¹⁹ Autorki celowo stosują nieco kolokwialny wyraz „ciuch”, rozumiany w jego potocznym znaczeniu, czyli jako „każde ubranie” (za *Wielkim słownikiem języka polskiego*,

We Wrocławiu chodziło się po ciuchy na plac Nankiera; w Łodzi na „Czerwony Rynek” lub „Górniak”. We wszystkie te miejsca najlepiej było wybrać się jak najwcześniej rano – wtedy była największa szansa, by wypatrzeć „skarb” lub „okazję”. Szczególnie w latach 50. i 60. bazarowy asortyment przetrząsali wszyscy, którym zależało na modnym wyglądzie²⁰. Na Szembeka uczęszczała więc towarzyska śmietanka, bywali tam słynni aktorzy, gwiazdy piosenki, artyści plastycy, dużo młodzieży, warszawskie elegantki. Jak wspominała Agnieszka Osiecka: „Dziewczyna z mojego pokolenia czułaby się bez »ciuchów« jak Kopciuszek bez drugiego pantofla. [...] ciuchy warszawskie, krakowskie, nowotarskie i inne spełniły świetną, historyczną rolę Wielkiego Terapeuty”²¹. Sama poetka wyłamywała się z tego trendu, uważając się za modową abnegatkę: „[...] nie miałam z tym wszystkim nic wspólnego, ponieważ nie cierpiałam się »ubierać«. Jeszcze kiedy byłam dzieckiem, krawcowa ukłuła mnie igłą, i to tak boleśnie, że pozostał mi idiotyczny uraz. Na widok żurnala skręcałam się z obrzydzeniem jak inni na widok poczekalni dentystycznej”²². Wydaje się jednak, że z takim podejściem pozostawała wśród warszawskiej socjety odosobniona.

Instytucja bazaru w PRL podlegała wielu zmianom. W latach 80. ofertę ubrań zdominowała produkcja przywożona ze Stambułu, w stylu dość jednolita, mało wyrafinowana, wątpliwa estetycznie. Mimo to bazar wciąż

<https://wsjp.pl/haslo/podglad/3332/ciuch> [dostęp: 13.11.2023]). Termin ten jest wbrew pozorom niezwykle precyzyjnym określeniem na swobodny typ odzieży w typie *prêt-à-porter*, charakterystycznej dla okresu PRL-u. W takim znaczeniu słowo „ciuch” jest stosowane w aktualnej publicystyce (np. przez przywoływane w książce Anitę Błaszczak, Laurę Ormińską i Annę Pelkę, a także w innych tekstach z „Gazety Wyborczej”, „Wprost” czy „Polityki”) oraz naukowych opracowaniach (np. *Mody. Teorie i praktyki*, red. Elżbieta Winiecka, Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2018). Wychodząc z podobnych złożań metodologicznych, autorki stosują wyrazy „kiecka”, „szmateks” czy „lumpeks”.

20 Więcej o alternatywnych wobec oficjalnych metodach pozyskiwania odzieży i tkanin z krajów zachodnich w okresie powojennym, por. Zuzanna Żubka-Chmielewska, *(Nie)świeży powiew Zachodu, czyli rynek używanej odzieży w Polsce po 1945 r.*, [w:] *Ciacho, strój, biżuteria w kontekście przemian kulturowych, społecznych i politycznych drugiej połowy XX w.*, t. 3, red. Ewa Letkiewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2019, s. 185–198.

21 Agnieszka Osiecka, *Szeptni czterdziestoletni*, Iskry, Warszawa 1987, s. 34.

22 Tamże, s. 37.

miał fanów, również wśród artystów. Artur Turalski, kostiumograf, wyznawał na łamach „Przekroju” w styczniu 1980 roku:

Największą dla mnie inspiracją do wszystkiego, co robię – a odbija się to też w kostiumach – są wszelkiego rodzaju bazar, ciuchy, składowiska, złomy. Tam kupuję rzeczy, którymi się otaczam, elementy, które wykorzystuję do scenografii i kostiumów, tam się ubieram. Jest to przedsmak cmentarzysk cywilizacji, ja to po prostu kocham tę atmosferę, mogę godzinami chodzić w tłumie handlarzy, ludzi odwiedzających te miejsca, patrzeć na twarze, gesty, ubiór, jest to dla mnie teatr²³.

Barbara Hoff miała do bazarów stosunek znacznie bardziej krytyczny (jak resztą do wszystkiego), ale i ona doceniała ich moc oddziaływania na społeczeństwo. W 1987 roku poprawiała dziennikarkę „Ekranu” wyliczającą ośrodki polskiej mody: *Nie wymieniła pani najważniejszego adresu: bazar w Stambule i jego polskie filie – miejscowe targowiska. Tam się sprzedaje ciuchy, na które jest największy popyt*²⁴.

Bazary królowały do czasu, gdy – już po transformacji ustrojowej – w latach 90. wyprzedziły je szmateksy, zwane też lumpeksami, ciuchlandami, second handami itd. Ciuchy jako element polskiego pejzażu modowego pozostały: rozeszły się po całej Polsce, chowając się w setkach, a nawet tysiącach sklepików i dużych, kilkupiętrowych sklepów. Oferowane w miasteczkach, miastach i metropoliach, nie pochodzą już z rodzinnych paczek, lecz przede wszystkim ze zbiorów używanej odzieży prowadzonej w zamożnych częściach świata. To prężny, globalny biznes. Tym bardziej na czasie, że współczesne społeczeństwo zwraca coraz większą uwagę na ekologię; mając zaś na uwadze ochronę środowiska, lepiej jest kupować używane ubrania niż nowe.

Wracając do PRL: odzież i buty z zagranicy nabywano też w komisach, choć zwykle drożej niż na bazarach, oraz w sklepach Przedsiębiorstwa Eksportu Wewnętrzznego Pewex. W tych ostatnich jedynie za zagraniczną walutę lub specjalny bon będący substytutem walut zagranicznych wymiernych w Polsce.

²³ Nagroda Hoff – Złota Ręka, „Przekrój” 1980, nr 1813, s. 21.

²⁴ Aleksandra Boćkowska, *W PRL-u wiele kobiet jeździło nocnym pociągami do Warszawy, żeby rano ustawić się w kolejce do Hofflandu*, <https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,161873,24762145,mezczyzna-w-jednych-butach-na-rok.html> [dostęp: 19.09.2023].



Il. 6. Sklep Pewexu w Krakowie z „konikami” przy ul. 18 Stycznia (obecnie Królewska), fot. Stanisław Gawliński, za: <https://twitter.com/olasempruch/status/1688276699832614912> [dostęp: 8.02.2024]



Il. 7. Sklep Pewexu na rynku w Limanowej, 1976. Zbiory NAC

Komisje i Pewexy nie miały jednak aż tak dużego znaczenia, jeśli chodzi o zaopatrzenie w modne stroje, jak bazyry. Drugą natomiast, równie ważną, choć nie konkurującą z bazarami (wręcz przeciwnie, zgodnie z nimi koegzystującą) ciuchową instancją była Zaufana (Dobra) Krawcowa, „znana od lat” lub „z polecenia”. Absolutnie nieodzowna. Prawdziwy skarb, o który trzeba było dbać i znosić takie niedogodności jak notoryczne niedotrzymywanie terminu wykonania zamówienia. Dobra Krawcowa potrafiła za to wyczarować coś nowego ze starego, przerobić ciuch z bazaru, tak by pasował do figury, uszyć bluzkę wyglądającą jak z francuskiego żurnala, elegancki kostium, sukienkę komunię, suknię ślubną... wszystko. Inspiracji dostarczały polskie i zagraniczne pisma z ilustrowanymi rubrykami o modzie, m.in. „Przekrój”, gdzie taki dział prowadziła Barbara Hoff.



II. 8. Krawiec warszawski Czesław Bitkowski podczas pracy. W tle widoczny kalendarz i plansza reklamowa mody męskiej z zimy 1962 r. Zbiory NAC