


Olga Załęska

Badaczka niezależna

 <http://orcid.org/0000-0003-3349-5807>



Studia Etnologiczne i Antropologiczne, t. 22, nr 2
ISSN 2353-9860 (czasopismo elektroniczne)
<https://doi.org/10.31261/SEIA.2022.22.02.01>

Strój jako narzędzie propagowania mieszczańskiego *habitusu* – analiza artykułów Barbary Hoff w „Przekroju”*

.....

Dress as a tool for propagating the bourgeois *habitus*:
an analysis of Barbara Hoff's articles in the weekly "Przekrój"

Abstract: Olga Załęska analyses the content of Barbara Hoff's articles in the "Fashion" column in the weekly "Przekrój" in the years 1954–1969. Załęska conducted her research by taking into account the cultural, social and political context of the Polish People's Republic, and primarily focusing on its unofficial class structure. Załęska argues that Hoff's publications had a significant symbolic meaning as tools of class struggle and of opposition to the ruling political power. Thus, they corresponded with the attitude of the intelligentsia whom this weekly brought closer together (as in the case of Leopold Tyrmand). In the "Fashion" column we can detect elements of the bourgeois *habitus*, which Hoff propagated among readers representing various social classes. Załęska analyses class aspects of Barbara Hoff's educational message. Later statements by Hoff and members of the intelligentsia revolving around "Przekrój" ascribe a subversive potential to fashion as a way to resist the socialist system. Załęska explores this thesis, its defense made plausible by the assumption that the "resistance against the ruling power" is understood as a struggle with that power's aesthetic and cultural aspect.

Keywords: fashion, *habitus*, PRL, "Przekrój", intelligentsia

Słowa kluczowe: moda, *habitus*, PRL, „Przekrój”, inteligencja

.....

Niniejszy artykuł stanowi analizę tekstów i materiałów wizualnych zamieszczanych przez Barbarę Hoff – najbardziej znaną promotorkę mody w okresie PRL – w czasopiśmie „Przekrój” w latach 1954–1969. Celem tekstu jest konfrontacja z tezą forsowaną po 2000 roku przez dziennikarkę, jakoby jej artykuły stanowiły polityczny bunt wobec władzy (zob. Hoff, 2012; *Political Dress*, 2011). Pokazuję, że trudno doszukać się w nich wywrotowego charakteru, przyświecała im bowiem walka z ludową estetyką PRL, a nie politycznym establishmentem. Wzorzec

* Artykuł został napisany na podstawie pracy licencjackiej obronionej 9 lipca 2021 roku na kierunku *artes liberales* (Uniwersytet Warszawski) pt. *Opór i pragmatyzm. Moda w „Przekroju” jako narzędzie szerzenia mieszczańskiego habitusu*.

estetyczny Polski Ludowej był, co do zasady, sprzeczny z gustami i wartościami inteligencji, do której autorka należała.

Wiadome jest, że smak czy estetyka nie są apolityczne. W związku z tym odcinanie się od wartości socjalistycznych na tym poziomie można uznać za próbę przeciwstawienia się władzy państwowej. Moda prezentowana przez Hoff na łamach „Przekroju” miała jeszcze jeden wymiar, który pozwala traktować ją jako narzędzie uzyskiwania przez inteligencję władzy symbolicznej. Służyła mianowicie ukształtowaniu i wychowaniu czytelników pisma – zwykle, jak określiła to Justyna Jaworska, ludzi z tzw. awansu społecznego (Jaworska, 2008: 45) – oraz propagowanie wśród nich mieszczańskiego *habitusu*¹. To na tym aspekcie oddziaływania treści modowych zamierzam skupić się, wykazując, w jaki sposób tzw. działalność edukacyjna „Przekroju” koncentrowała się na uczynieniu czytelników inteligentami. Dawało to starej inteligencji szansę na utrzymanie władzy symbolicznej nad częścią społeczeństwa, bez niosącego ryzyko konkurowania politycznego z PZPR.

Ze względu na to, że w artykule skupiam się na treściach o znaczeniu symbolicznym sprzecznym z wartościami socjalistycznymi, jest on bliski tematyce książki Jana Kubika *Power of symbols against symbols of power* (1994). Monografia stanowi semiotyczną analizę symboli władzy wykorzystywanych przez rządy PRL i alternatywnych wobec nich znaków opozycji. Antropolog skupia się na interpretacji wydarzeń i emblematów antyrządowych od lat 70., których wydzźwięk był *stricte* polityczny, pokazując, że pomogły one w latach 80. zmienić dominującą narrację społeczną. W niniejszym tekście akcenty postawione zostały w inny sposób, gdyż rozważam próbę zmiany dyskursu przez inteligencję na linii elita – lud, a nie władza – opozycja.

Metodologia

Wybranych przeze mnie materiałem badawczym były treści zawarte w rubryce „Moda” prowadzonej przez Barbarę Hoff, kostiumografki, projektantki mody oraz wieloletniej redaktorki „Przekroju”. Jej artykuły zwykle czytały polskie kobiety, odczochy korzystające z zamieszczanych przez dziennikarkę porad. Przedział czasowy analizowanych tygodników stanowią lata 1954–1969, które uznaję za poszerzony okres „małej stabilizacji” (1956–1968). W roku 1954 młoda Hoff rozpoczęła współpracę z „Przekrojem” (Potkaj, 2019: 207). W roku 1969 z funkcji

¹ Za Pierrem Bourdieu *habitus* rozumiem jako zasadę generującą praktyki oraz system klasyfikowania, która modeluje i kontekstualizuje działania (Bourdieu, 2005: 216–220).

redaktora naczelnego zrezygnował (a raczej: został zmuszony do rezygnacji) Marian Eile – pomysłodawca całej koncepcji „Przekroju” (Potkaj, 2019: 270–273).

Podkreślić trzeba, że treści w rubryce „Moda” nie zawierały informacji o autorstwie. Na początku 1954 roku zamieszczała je jeszcze ówczesna redaktorka Janina Ipohorska. Również później epizodycznie zdarzało jej się zastępować Hoff. Nie da się więc z całą pewnością ustalić, które artykuły zostały napisane przez którą kobietę. Dla uproszczenia zakładam, że zawartość „Mody” z lat 1954–1969 jest autorstwa Hoff².

Historia badań mody

Aby dyskutować o modzie i jej znaczeniu, w tym jako symbolu władzy, należy ją najpierw zdefiniować. Można ją przedstawić wąsko – jako „ogół praktyk kreujących kontekst wokół wzornictwa” czy tylko „wzornictwo odzieżowe” (Milczarczyk, 2017: 57) lub szeroko – np. „jako pewien bardzo powszechnie występujący, populistyczny, uniwersalny gust” (Perchla-Włosik, 2015: 615). Z racji tego, że przekrojowa rubryka „Moda” nie promowała określonego stylu życia czy ogólnie rozumianego wzornictwa, lecz konkretne fasony, kroje i kolory ubrań, skupię się na modzie będącej synonimem odzieży i dodatków, które w danym czasie oraz miejscu są promowane i pożądane. Ważną cechą mody jest jej relacyjność. Jak pisze Bogna Dowgiałło (2015: 48–49), o modzie można mówić wtedy, gdy przy wyborze przedmiotów nie kierujemy się ich subiektywną czy nawet obiektywną wartością, lecz możliwością upodobnienia się do innych lub odwrotnie – odróżnienia się.

Badacze od narodzin nauk społecznych zrównywali modę z opresją, stawiając tezę, że łączy się z władzą (zob. König, 1979: 188), cementuje porządek społeczny (zob. Bourdieu, 2005: 216; Veblen, 1971) i pomaga wyróżnić się oraz zaznaczyć indywidualność w pierwszej kolejności tym, którzy sytuują się najwyżej w hierarchii społecznej (Perchla-Włosik, 2015: 617). Jak zauważyli pierwsi społeczni badacze mody: Georg Simmel (1957) i Thorstein Veblen (1971), moda stanowi wytwór warstw dominu-

2 W celu uprzyświeśnienia odwołań do konkretnych numerów tygodnika wychodzących w ciągu 16 lat przyjmuję system odnośników o schemacie (P.x/y), w którym „y” oznacza dwie ostatnie cyfry roku wydania, a „x” numer w tymże roku. Oryginalnie „Przekrój” nie miał numeracji rocznej, a jedynie ciągłą. Jednak w cyfrowym archiwum tygodnika numeracja roczna zostaje zastosowana. Zdecydowałam się na nią z powodów stylistycznych (krótszy zapis odnośnika) oraz logistycznych (widać lepiej, z której części roku pochodzi dany numer). Ze względu na to, że moda (z wyjątkiem grubszych wydań świątecznych) zamieszczana była w latach 1954–1956 oraz 1964–1969 konsekwentnie na stronie 12, a w latach 1957–1963 na stronach 16–17 lub 20–21, zrezygnowałam z podawania numeru strony.

jących, który z czasem przejmują warstwy podporządkowane. W efekcie następuje zmiana mody – arystokracja czy burżuazja nie mogą pozwolić na wygląd zbliżony do klasy ludowej. Klasa niższa, naśladując klasę wyższą, podkreśla jej dominujący status, a zmiana tendencji estetycznych staje się symbolem władzy. Jednocześnie na skutek tego naśladownictwa zacierają się różnice między grupami (Dowgiałło, 2015: 76).

Dystynktywny charakter mody sugeruje bliskie związki z systemem kapitalistycznym oraz właściwą dla niego strukturą społeczną. Sama moda nie jest wytworem kapitalizmu (Aspers, Frédéric, 2013: 174; König, 1979), jednak niewątpliwie ten system gospodarczy zapewnił jej idealne warunki rozkwitu, premiując wartości, jak: zmienność, rozwój, innowacyjność. Z racji tego, że wszystko może być modą, stanowi ona najwyższą możliwą ekspresję komercjalizacji (Meinhold, 2014: 20). Istotny jest też czysto materialny aspekt rozwoju kapitalizmu – moda w XIX wieku mogła rozkwitnąć dzięki rewolucjom przemysłowym umożliwiającym rozwój przemysłu tekstylnego i prasy (Simmel, 1957: 556).

Kolejną grupą społeczną zniewoloną przez modę miały być kobiety. Na jej opresyjny charakter zwracał uwagę już Veblen (1971: 161). Uważał, że ubranie w klasie wyższej bardziej unieruchamia kobietę niż mężczyznę i tym samym podkreśla beczynność, odbijając dwuznaczną pozycję społeczną – osoby dominującej i osoby zdominowanej. Za pośrednictwem odzieży kobieta pokazywała, że żyje na cudzy koszt, a tym samym że jest zależna od mężczyzny (Veblen, 1971: 162–163). Również Simmel (1957: 551) widział w niewygodnych ubraniach sposób na zniewolenie kobiety. Kwestię tę rozwinęły następnie drugofalowe feministki, dostrzegając w ubraniach źródło patriarchalnej opresji. Podążanie za modą miało być objawem zinternalizowania takich wzorców. Praktyk takich jak noszenie butów na obcasach czy robienia makijażu nie dało się, według nich, traktować jako faktycznej przyjemności czy tak reinterpretować, by nabrały subwersywnego charakteru.

Przywołane analizy fenomenu mody przeprowadzone zostały w warunkach demokracji liberalnej lub w momencie jej narodzin. Sytuacja wyglądała jednak inaczej w państwach autorytarnych lub totalitarnych, na przykład w maoistycznych Chinach, gdzie władza odgórnie starała się oddziaływać na wszelkiego rodzaju mody, aby wyrugować indywidualizm. Promowana była uniformizacja (Obukhova, Zuckerman, Zhang, 2014: 558). Warto podkreślić, że usztywniona w ten sposób moda traci dystynktywną siłę wyróżniającą uprzywilejowanych. Bycie modną osobą staje się praktykowaniem oporu – ekspresją na przekór strukturom, która pomaga uniknąć unifikacji. Moda zaczyna być wprowadzana od dołu, a nie odgórnie. Jednocześnie opór ten jest działaniem klasy obdarzonej wysokim kapitałem kulturowym przeciw gustowi egalitarnemu (zob. Jaworska, 2013: 91). Trudno w tej sytuacji wyznaczyć prostą rela-

cję władzy i odpowiedzieć na pytanie, czy moda stoi w tym kontekście po stronie zdominowanych czy dominujących.

Problem ten widoczny był w Polsce Ludowej w podejściu władzy politycznej i inteligencji, która stanowiła opozycję kulturową, do mody. Polegał na ścieraniu się dyskursów (wybory ubraniowe przedstawiciele wymienionych grup niekiedy odbiegały od deklarowanych wartości). Oficjalnie zakładano, że jest ona burżuazyjną fanaberią, której należy się przyglądać. Dostrzegano jej związki z kapitalizmem, przez co służby regularnie sporządzały raporty, których autorzy podkreślali niebezpieczeństwo związane z czerpaniem przez młodzież inspiracji z Zachodu (Pelka, 2007: 39). Ubranie miało służyć unifikacji społeczeństwa, co uzmysławiają głosy tłumaczące konieczność noszenia przez młodzież mundurków. Miały wspomagać świadomość kolektywną, solidarność koleżeńską i równość (Pelka, 2007: 21). Pojawiały się też głosy, że nieodpowiednia odzież może wypaczyć charakter młodzieży (Pelka, 2007: 21).

Dla zrzeszającej inteligencję społeczności skupionej wokół „Przekroju” moda stała się natomiast namiastką dawnego życia i sposobem na posmakowanie luksusu. Widać to np. w *Dzienniku 1954* Leopolda Tyrmanda – dziennikarza „Przekroju” i późniejszego męża Barbary Hoff – który pełen jest opisów ubioru poszczególnych jednostek z otoczenia pisarza. Chociaż na końcu książki autor pisze o swoim ubraniu jako o wyrazie jego charakteru i temperamentu, a nie oznace przynależności klasowej czy społecznej (Tyrmand, 1989: 376), wszystkie poczynione wcześniej przez niego obserwacje przeczą tej deklaracji. Cała postawa Tyrmanda wobec świata jest bardzo dystynktywna – nastawiona na odróżnienie się od ludu (zob. Bourdieu, 2005). Pisarz z lubością opisuje swoje stylizacje i to, jak odbiegają od robotniczej estetyki. Dobry gust i antykomunizm idą u niego w parze. Na przykład Bitkowski – znakomity krawiec – jest też antysystemowcem. Świadomie nie wstępuje do spółdzielni krawieckiej, ponieważ woli samodzielnie kontynuować działalność gospodarczą (Tyrmand, 1989: 301–303). Na podstawie *Dziennika 1954* można wywnioskować, że antykomunistyczne poglądy pisarza oraz tendencja do snobizmu wpływały na jego gust estetyczny i modę – ubrania powinny być dobrej jakości i dawać szansę na wyróżnienie się (przede wszystkim w wymiarze klasowym), a przemysł mody lepiej działa w zakładach prywatnych. Inni autorzy „Przekroju” nie przywiązywali zazwyczaj tak wielkiej wagi do ubrania co Tyrmand. Często nie okazywali tak dużej dystynkcji klasowej. Jednak również pozostałym dziennikarzom czy szerzej: inteligencji, moda nie była obojętna (zob. Szarota, 2008: 11). Można potraktować słowa Tyrmanda jako przejaw przykładowy tego, jak poglądy antykomunistyczne korespondowały z wizją ideału społecznego funkcjonowania mody.

Pozycja inteligencji w Polsce Ludowej i jej „totemy”

Inteligencję definiuję jako klasę o wyższym kapitale kulturowym niż ekonomicznym i traktującą ten pierwszy jako podstawowy i dystyngtywny wyróżnik. Z tego powodu gust i poczucie smaku były szczególnie elementami tożsamości grupy. Istotne są dla niej elementy *habitusu* niewymagające wysokich nakładów finansowych, jak znajomość *savoir-vivre'u* czy praktykowanie odpowiednich aktywności sportowych i towarzyskich (np. brydż, narciarstwo).

Mimo tego inteligencja stanowiła stosunkowo inkluzywną grupę. Patrząc kategoriami zachodnioeuropejskimi, bliżej jej do mieszczaństwa niż np. wyodrębnionych w analizie Bourdieu (2005) „profesorów”. Z tego powodu kategoriami inteligencji i mieszczaństwa posługuję się wymiennie.

Jak wskazuje Tomasz Zarycki (2018: 232), inteligencja w PRL, wbrew opozycyjnemu mitowi, była hegemonem w polu władzy. Powojenne działania PZPR doprowadziły do wyeliminowania konkurencji inteligencji w postaci burżuazji i ziemiaństwa. Grupie tej udało się ponadto uzyskać władzę symboliczną dzięki przejęciu symboli szlacheckich, które umożliwiły jej zachowanie pozoru ciągłości elit (Smoczyński, Zarycki, 2021: 238–241). Inteligencja odwoływała się często do szlacheckich korzeni i bogatych (niegdyś) krewnych, utrwalając uprzywilejowaną pozycję, a równocześnie popularyzując i uniwersalizując szlacheckie imaginarium wśród mas (Smoczyński, Zarycki, 2021: 241–242).

Należy dodać, że mobilność społeczna nie była w PRL tak duża, jak przedstawiała ją propaganda. Chociaż władze zlikwidowały analfabetyzm, umożliwiając wielu uczniom awans społeczny, to od połowy lat 60. coraz mniej młodzieży chłopskiej lub robotniczej uczęszczało do liceów. Jej awans odbywał się głównie dzięki edukacji zdobytej w szkołach zawodowych (Leszczyński, 2020: 447–551). Wyższe wykształcenie zdobywały przede wszystkim dzieci z domów inteligentkich (Zarycki, 2018: 236). Wprowadzenie punktów za pochodzenie na studia nie przyniosło trwałych efektów.

Jako kolejną sprzyjającą utrwaleniu się pozycji inteligencji okoliczność można uznać to, że władzom komunistycznym nie udało się wytworzyć własnych elit zdolnych do reprodukcji pozycji społecznej. W związku z tym inteligencja w PRL, dzieląc się na lojalną wobec władzy elitę ekspercko-biurokratyczną i krytyczną wobec władzy elitę liberalną, prowadziła zarówno rządowi, jak i opozycji (Zarycki, 2018: 234). *Habitus* inteligentki oddziaływał na członków opozycji, jak i nomenklaturę partyjną (Zarycki, 2018: 246). W czarnej legendzie PRL (i dominującym dyskursie na jej temat) Zarycki widzi narzędzie hegemonii inteligencji służące legitymizacji jej pozycji w III RP. W PRL inteligencja funkcjonowała więc

między ideologiczną niezgodą na wartości związane z komunizmem, a korzyściami, jakie przynosił system.

Tygodnik „Przekrój” jako projekt wychowawczy

„Przekrój” stanowił jedną z symbolicznych enklaw inteligencji. Gazeta była nie tylko miejscem schronienia obywateli, którzy przed wojną należeli do grup uprzywilejowanych, ale też (może przede wszystkim) przyciągała osoby z awansu społecznego pragnące nadrobić braki intelektualne (Jaworska, 2008: 45). Tygodnik miał ogromną rolę kulturotwórczą – lansował nowe mody (np. wycieczki samochodowe), na jego łamach Polakom były prezentowane literatura i sztuka oraz tworzył on unikalną estetykę. Autorami publikowanych artykułów byli nie tylko dziennikarze, ale też pisarze i poeci. Konstanty Ildefons Gałczyński w latach 40. i 50. drukował w piśmie wiersze. Jak zauważa Jaworska (2008: 273), już sam tytuł tygodnika sugerował, że był on czytany przez „przekrój” społeczeństwa. W latach 50. i 60. jego nakład wynosił 420 tysięcy egzemplarzy, a w kolejnej dekadzie wzrastał niekiedy nawet do miliona (Potkaj, 2019: 10). Zdarzało się, że numer czytała rodzina, a nierzadko też sąsiedzi i znajomi posiadaczy. Wedle ówczesnych szacunków pismo czytał co drugi inteligent i co trzeci robotnik (Jaworska, 2008). Choć dane o czytelnictwie „Przekroju” wśród samych robotników mogą być zawyżone (zob. Jaworska, 2008: 83), nie sposób pominąć, że tygodnik docierał do różnych grup społecznych i wywierał duży wpływ na odbiorców.

Wskutek takiego zasięgu to pismo (a nie odwrotnie) „wytwarzało sobie grupę czytelników, wychowywało ich, zaszczeniało w nich aspiracje i snobizmy” (Jaworska, 2008: 83). W powojennej historii „Przekrój” zapisał się równie mocno co elitarne i niszowe pisma: „Tygodnik Powszechny” czy paryska „Kultura” (Potkaj, 2019: 10). Być może właśnie przez egalitarność mocniej oddziaływał na kształtowanie się nowej inteligencji niż wymienione tytuły. Jednak również czytelnicy mieli pewien wpływ na kształt i odbiór pisma. Na przykład przyczyniali się do intensyfikacji mieszczańskiego charakteru tygodnika. O ile dziennikarze „Przekroju” mieszczańską stylistykę i odwołania traktowali ironicznie, z przymrużeniem oka, o tyle czytelnicy nie mieli kompetencji, by tę ironię zrozumieć (Jaworska, 2008: 117–118).

Wbrew sugestiom wysuwanych w XXI wieku (zob. Hoff, 2012; *Political Dress*, 2011) „Przekrój” miał do polityki stosunek niechętno-unikający, a jego redaktor naczelny – Marian Eile – zwykł ubolewać, że w czasach powojennych nawet w Paryżu wszystkie żurnale muszą nosić pewien odcień ideologiczny (Potkaj, 2019: 17). Jakkolwiek duże było ideologiczne

zaangażowanie „Przekroju”, to działania, które prowadził, miały bardziej pozytywistyczny niż romantyczny rys. „Czytelnik idealny” był politycznie przezroczysty. Antysystemowość, którą reprezentował, sprowadzała się do upartego trwania przy inteligencko-mieszczańskim *habitusie* (zob. Bourdieu, 2005). Zamiast budowy socjalizmu wolał czytelnikowi zaoferować fotel z książką. W pozytywistyczny paradygmat wpisywał się sposób, w jaki tygodnik „oswajał innego”, którego stanowił przedstawiciel ludu. „Przekrój” był pismem dla inteligentów, a nie intelektualistów. Jego odbiorcy często nie poruszali się swobodnie w inteligenckim uniwersum (Jaworska, 2008: 45). W związku z tym redaktorzy, często o proveniencji przedwojennej, starali się niedawnych „chamów” ucywilizować, włączyć ich do grona ludzi kulturalnych. Poniekąd nie mieli innego wyboru, gdyż powojenna rzeczywistość nie dawała im wielu szans na oddzielenie się od „parweniuszy”. Jednym ze sposobów na budowę kapitału kulturowego wśród czytelników były porady umieszczane przez podpisującą się pseudonimem „Jan Kamyczek” Janinę Ipohorską w rubryce „Demokratyczny savoir-vivre”. Tworzono ją w realiach, w których stare zasady dobrego wychowania przeminęły, a nowe jeszcze się nie pojawiły (Pawlik, 2018). Czytelnicy potrzebowali więc podstawowych wytycznych. Można uznać, że „Przekrój” realizował ideał bezklasowego społeczeństwa, w którym wszyscy działają zgodnie z *habitusem* mieszczańsko-inteligenckim. O ile w kapitalistycznych warunkach projekt „zmieszczania” robotnika można byłoby potraktować jako dawanie mu pozorowanej sprawczości (zob. Bourdieu, 2005: 183–188), o tyle w systemie socjalistycznym sytuacja się komplikowała. Nie można uznać, że dziennikarze dzielili się z czytelnikami kapitałem kulturowym, aby ukryć przewagę ekonomiczną – nie była znaczna. Autorzy „Przekroju” radzili sobie ze zmianą społeczną przez działania subwersywne. Wobec wzorca budowniczego PRL tworzyli alternatywny – sympatycznego demokracji (Jaworska, 2008: 265).

Wartości promowane w rubryce „Moda”

Od przedstawionego wzorca nie odbiegała również prowadzona od 1954 roku przez Barbarę Hoff rubryka modowa. Autorka oddziaływała na to, co „nosiła polska ulica” (Kuczyńska, 1968), a także, na poziomie symbolicznym, poprzez ubrania wpływała na zachowania i wartości Polaków i Polek. W tekstach przemyciała treści sugerujące nie tylko, co kobieta powinna nosić, ale też czym powinna się interesować i jakie aktywności podejmować. Propozycje te były zgodne z inteligenckim *habitusem*. Proces kształtowania czytelniczki „Przekroju” można uznać za całościowy, wymyślony odgórnie i obliczony na konkretny efekt: stworzenie inteligentki. Barbara Hoff nie kryła, że jej relacja z czytelniczką

jest niesymetryczna. W artykułach używała apodyktycznego tonu, aby obwieścić czytelniczce właściwy sposób na bycie modną. Mała objętość zamieszczonego tekstu jeszcze potęgowała ten efekt, co skutkowało komunikatami jak: „Zasada: ZAWSZE. WĄSKI. DÓŁ” (P.22/63). Przyznała się zresztą do tego w wywiadzie: „Byłam dyktatorką mody. Chciałam mieć władzę. Kocham władzę i zawsze chciałam być politykiem. Chciałam rządzić. [...] Pisałam stylem nieznoszącym sprzeciwu” (Hoff, 2012).

Dziennikarka stwarzała relację symbolicznej władzy. Zarazem wymagała posługiwania się kodami kulturowymi inteligencji. Pisała, że modna jest paleta Berque’owska (P.24/59), ubrania „w stylu yé-yé” (P.28/67) bądź stylizowała felieton na język „Zazi w metrze” (P.21/60). W latach 50. i 60. znajomość Berque’a czy *yé-yé girls* nie wymagała ponadprzeciętnych kompetencji, ale mimo to świadczyła o przynajmniej niewielkim zainteresowaniu kulturą francuską. Zbliżało to czytelnika do osoby inteligenta, a jednocześnie stawiało w opozycji do władzy (promującej sztukę bloku wschodniego).

Warto zaznaczyć, że grupa, na którą Hoff oddziaływała, nie była neutralna płciowo – w rubryce zamieszczano zazwyczaj modę damską, chociaż zdarzały się również numery z propozycjami dla mężczyzn, to nawet one skierowane były do kobiet, które po zapoznaniu się z treścią miały przekonać bliskich sobie mężczyzn do zmiany stylu. Można założyć, że zawartość rubryki miała większy wpływ na kobiety gorzej sytuowane lub te z tzw. awansu klasowego, które nie miały dostępu do droższych ubrań ani wzorców rodzinnych dotyczących znaczenia stylu czy elegancji. Przekaz Barbary Hoff formował je więc podwójnie – do mieszczańskiego oraz płciowego wzorca. Autorka miała nad nimi symboliczną władzę, ale jednocześnie dawała im szansę na odnalezienie się w nowej rzeczywistości. Być może to właśnie wykorzystanie mody było najskuteczniejszym sposobem na włączenie ich do grona (zob. Bourdieu, 2005: 280–288) inteligencji, ponieważ, wbrew oficjalnej propagandzie, w Polsce Ludowej kobiety wciąż tkwiły w patriarchalnych wzorcach, a ich emancypacja dokonała się głównie w wymiarze ekonomicznym (Zalewska, 2018: 164–167).

Rubryka Barbary Hoff zajmowała jedną, a w złotej erze „Przekroju” (1957–1963) dwie strony. W jej skład wchodziły zdjęcia, obrazki i krótki tekst. Materiał graficzny służył raczej „sprzedawaniu marzeń” czytelnikom przez pokazywanie im ubrań niedostępnych w Polsce. Widać to na zdjęciach z lat 50., wśród których pojawiały się suknie balowe (P.7/54) czy kostiumy wymagające noszenia gorsetu (P.20/54). Patrząc, kobiety mogły zachwycić się pięknem zbytku (charakterystycznego dla krajów kapitalistycznych).

Ponadto w części numerów zdjęcia mniej luksusowych i awangardowych strojów uzupełnione były rysunkami pokazującymi sposoby przeróbek starych ubrań tak, żeby pasowały do obecnych trendów. Hoff

głosiła kult przeróbek krawieckich i nowych sposobów noszenia odzieży. Pomagało to podążać za zachodnimi wzorcami mody i przybliżyć się do modelu kapitalistycznego człowieka bez posiadania kapitału. Postawa taka nie godziła w system polityczno-ekonomiczny, lecz pokazywała życie w gospodarce niedoborów. Mimo to sama potrzeba pogoni za trendami uderzała w oficjalną ideologię.

Tekst artykułów czasem odnosił się do przedstawionych w części graficznej modeli, kiedy indziej był ogólną dywagacją na temat istoty mody. Zdarzało się, że nie występował wcale lub był ograniczony do minimum – zwięzłej informacji o tym, co przedstawiają zdjęcia i fotografie. Rzeczą, która mnie uderzyła, było to, że najczęściej przybierał on formę swoistej audiodeskrypcji – suchego opisu przedstawionych w danym numerze modnych wzorów, materiałów i fasonów. Jedno ze zdjęć zamieszczonych w numerze ze stycznia 1968 roku (P.3/68) było opisywane tak:

Sukienka z czarnej koronki. Cała luźna, pod szyją falbaneczka. Bardzo modny fason rękawa na koronkę i cienkie materiały: poszerzony u dołu, mocno chwycony i dalej wielka falbana, na chwyceniu wstążka na kokardę.

W tak lakonicznych komunikatach trudno dopatrywać się oddziaływania politycznego czy społecznego, co podważa tezę, jakoby Barbara Hoff uprawiała agitację antykomunistyczną. Materiał wizualny prezentował jednak typ ubioru zdecydowanie bliższy inteligenckiej niż socjalistycznej wizji mody, to jest zachodni, dobrze zaprojektowany oraz podkreślający indywidualizm noszącego.

Kiedy autorka rubryki decydowała się na bardziej kreatywną formę, jej miniartykuł wpisywał się w ogólną stylistykę charakterystyczną dla tygodnika. Był wówczas prosty, inteligentny, zabawny, nierzadko zawierał autoreklamę lub kończył się humorystyczną puentą. Humor często odnosił się do realiów socjalistycznej gospodarki. Stąd miejsce na rozmowę między bohaterkami rubryki – Lucynką i Paulinką, w której te najpierw radzą, żeby dobrać kolor sukienki do koloru oczu, aby następnie zrewidować ten pogląd i uznać, że wobec braków w sklepach „elegancka dobiera kolor oczu do sukienki” (P.8/57). Temat ten jest wpleciony w swobodny i pogodny sposób narracji. Pokazuje jednocześnie proste rozwiązanie, które nie wymaga decyzji politycznych ani zmian systemowych.

Ubrania nie były więc traktowane jako sposób na emancypację polityczną, ale zaczęły pełnić funkcję totemu³ niosącego znaczenia zakorze-

³ Kategorię tę zaczerpnęłam od Smoczyńskiego i Zaryckiego (2017), którzy totemiczne znaczenie dla inteligencji przypisywali odwołaniom do imaginarium szlache-

nione w kulturze zachodnioeuropejskiej i przedwojennym imaginariu. Wśród krajów Europy Zachodniej największe znaczenie dla społeczności „Przekroju” miała Francja. Wynikało to z opisanych wcześniej apolityczności i inteligencji tygodnika. Paryż wiązano z dziedzictwem i kapitałem kulturowym, podczas gdy Londyn kojarzył się z polityką, a Stany Zjednoczone z awansem ekonomicznym. Z perspektywy władz komunistycznych Francja wciąż jednak była częścią wrogiego systemu. Nie stanowiła alternatywnego ośrodka władzy (jak rząd londyński), ale skupiała inteligencję na emigracji. Jak wiele innych cech „Przekroju”, tak też uwielbienie Francji znajdowało się więc w szarej strefie. Nie niosło za sobą jawnej antysystemowej deklaracji, jednak niebezpiecznie zbliżało się do estetyki mieszczańskiej i przedwojennej.

Tęsknotę za Francją wielokrotnie można było wyczuć na kartach rubryki modowej. Barbara Hoff regularnie informowała czytelniczki, co prezentowano na paryskich wybiegach oraz w jaki sposób przebiegały pokazy. W numerze z początku 1964 roku zanotowała obecność Greta Garbo na pokazie Givenchy. Informowała czytelniczki, że „wyraźnie kręcą się” wokół aktorki i „przynoszono jakieś próbki, nawet suknię, która przed chwilą defilowała” (P.2/64). Sytuacja ta zdziwiła dziennikarkę, która „nigdy nie widziała, żeby zdarzało się to na pokazie kolekcji”. Poza raportowaniem mody wybiegowej autorka donosiła również Polkom o konfekcji widocznej na paryskich ulicach, a z francuskich gazet przedrukowywała nie tylko zdjęcia, lecz także całe felietony.

W omawianym okresie, od połowy lat 50. do końca lat 60., Londyn zdeponował Paryż jako stolicę mody, a sylwetka „dziewczyny” wyparła kobiety ubrane w garsonki Diora. Już nie Chanel była najważniejsza, lecz moda uliczna, młodzieżowe projektantki czy pierwsze sieciówki takie jak Biba (Jeziorek, 2019). Mimo to dla Barbary Hoff to Paryż pozostał zmitologizowanym punktem odniesienia. Jako ostateczną pochwałę traktowała to, że dany strój jest „polecany przez francuski żurnal”. Z lubością pokazywała propozycje francuskich projektantów. Szczególnym uznaniem darzyła Coco Chanel, Yves’a Saint Laurenta, Pierre’a Cardina, André Courrèges’a. Na kartach „Przekroju” pojawiały się m.in. projekty Pierre’a Balmain, Guya Laroche’a, Jeana Dessèsa, Cristóbal Balenciagi, Huberta de Givenchy’ego, Niny Ricci, Jeana Patou, Edwarda Molyneuxa

kiego – mitologizacji I Rzeczypospolitej, powoływaniu się na ziemiańskich przodków lub krewnych, umacnianiu dyskursywnych mitów szlacheckich itp. Jako totem rozumieł on symbol wyrażający niematerialną energię społeczną; to ona, a nie samo przedstawienie, miała być „czczona” przez ludzi (Smoczyński, Zarycki, 2017: 245–246). Badacze twierdzili, że „[...] totemiczna praktyka przesłania niekompletność w podmiocie i porządku społecznym i dostarcza koniecznego oparcia dla rekonstrukcji wyobrażeń spistości zbiorowej” (Smoczyński, Zarycki, 2017: 257). Totem pomaga więc w wytworzeniu stabilnej tożsamości (w tym zbiorowej) i spójnej narracji o przeszłości.

czy domów mody Dior i Lanvin. Chociaż od połowy lat 60. regularnie zamieszczała sprawozdania z Londynu, w których analizowała angielską modę wysoką i młodzieżową, to często podchodziła do niej sceptycznie, naśmiewając się z noszonych przez elitę „najdroższych beżowych swetrów” i uznając, że przeciętni Anglicy ubrani są gorzej od Włochów czy Francuzów (P.4/67). Największym szacunkiem darzyła angielską modę młodzieżową z jej inspiracją swingiem i subkulturą modsów. Mimo to jedynie dwa razy w omawianym okresie wspominała o naczelniej projektantce swingującego Londynu – Mary Quant⁴. W dodatku na angielską modę Hoff patrzyła przez pryzmat Francji. Dobrze oddaje to tytuł felietonu, który brzmiał *W Paryżu jest moda na Londyn* (P.1/67) czy treść artykułu, w którym promuje „fryzurę na Beatlesa” jako ostatecznie zaakceptowaną przez francuskich projektantów, a przez to dobrą dla kobiet w każdym wieku (P.14/65). Również o modzie amerykańskiej, niekiedy pojawiającej się w „Przekroju”, Hoff pisała, porównując ją do tego, co dzieje się w Paryżu.

W takiej postawie wobec Francji oprócz wspomnianego stawiania się w kulturowej opozycji wobec partii, poprzez wybranie „Zachodu” zamiast „Wschodu”, można zauważyć pewien konserwatyzm. Mimo że rubryka dotyczy mody, reakcja Hoff na zmianę jej stolicy jest zachowawcza. Nie należy do zmierzającej do Londynu i Nowego Jorku awangardy, lecz jak mieszcanka obstaje przy przemijających symbolach. Przy tym nie ma złudzeń co do charakteru stolicy Francji. Wręcz przeciwnie – już w latach 50. pisze, że w Paryżu moda rzadko się zmienia i bywa on pod tym względem bardziej konserwatywny od Warszawy (P.31/56). Traktując go mimo to jako punkt odniesienia, świadomie unika wprowadzenia w świat czytelnika niepewności. Zapewnia spójny przekaz, który zwiększa szansę, że będzie on chciał wejść w inteligenckie imaginarium, gwarantujące poczucie bezpieczeństwa. Pokazuje to ciągłość i systematyczność działań Hoff.

Totemiczna funkcja treści modowych dotyczyła również wartości przedwojennych wyznawanych przez skromną, mieszczańską inteligencję. Nie promowano wielkopańskiego blichtru (na który i tak nie można było sobie pozwolić) ani wyniosłości czy przesadnych snobizmów. Z racji tego, że możliwości zakupowe czytelniczek były ograniczone, znaczenie miała praktyczność. W wypadku ubioru zimowego Hoff kazała zwracać uwagę przede wszystkim, czy materiał grzeje wystarczająco mocno. Podczas kompletowania garderoby wakacyjnej radziła, by nie

4 Mary Quant uznawana jest za wynalazczynię spódniczki mini, chociaż do tego tytułu aspirował również André Courrèges. Spór, jak to w takich przypadkach, jest nierozstrzygnięty, jednak o ile w historii światowej mody to projekty Quant traktowane są jako większy przełom, o tyle na łamach polskich gazet – „Przekroju”, ale też bardziej elitarnego „Ty i Ja” – to Courrègesowi poświęcano zdecydowanie więcej miejsca.

wybierać strojów zbyt eleganckich. Swoją pragmatyzm projektantka przekładała nawet na ocenę kolekcji *haute couture*. Dochodziło więc do absurdalnych sytuacji, jak np. chwalenie projektów Yves'a Saint Laurenta jako dobrych na polski klimat (P.43/63). Ważne było dobre wychowanie, wycucie stylu, znajomość podstawowych kodów kulturowych, lekkość towarzyska i bezpretensjonalność. Przede wszystkim „sympatyczność”, z której tygodnik czynił naczelną cnotę (Jaworska, 2008: 265). W wychowaniu czytelniczek zgodnie z tymi cnotami pomagały felietony podpowiadające, co mówić na widok nowej sukni (P.23/55), jak przyjmować komplementy (P.35/67) czy jak zdejmować rękawiczki (P.25/55). Barbara Hoff informowała również, że nietaktem jest narzekać w gronie koleżanek na swoje ciało czy strój (P.2/62).

Nie bez znaczenia w tym kontekście jest, że pierwszą bohaterką rubryki „Moda” była wymyślona przez Janinę Ipohorską mecenasowa Rylska – postać potraktowana nieco z przymrużeniem oka, ale wciąż stanowiąca ucieleśnienie przedwojennej elegancji – która doradzała czytelniczkom w kwestii doboru i stosowności stroju (Jaworska, 2008: 117–118). Sama Ipohorska przez lata prowadziła w „Przekroju” rubrykę „Demokratyczny savoir-vivre”, co świadczy o tym, że ubieranie się stosownie, **ze smakiem** było nierozdzielnie związane z kindersztubą. Przywiązywanie wagi do grzeczności i niewymuszonej elegancji stanowiło ważną część misji obyczajowej tygodnika (Jaworska, 2008). Moda była zatem kolejnym narzędziem w rękach inteligentów redagujących „Przekrój”, służącym do cywilizowania mas, włączania ich w *habitus* alternatywny wobec propozycji władz Polski Ludowej.

Odwołania do przedwojennych wartości i estetyki nie pojawiały się jednakże wprost. Z jednej strony było to związane z cenzurą, a z drugiej – z immanentnymi cechami mody, takimi jak sezonowość (Perchla-Włosik, 2015: 616), nietrwałość (Simmel, 1980: 5) czy tendencja do poszukiwania awangardowych rozwiązań (Simmel, 1957: 553). Po przejęciu rubryki przez Hoff „Moda” zyskała młodzieżowy sznyt (związany też ze zmianami w ogólnoswiatowych trendach) oraz aspekt pragmatyczny – z zamieszczanych propozycji przeróbek ubrań, chociaż często, mimo pozorowanej prostoty, skomplikowanych krawiecko, faktycznie masowo korzystały zwykle kobiety (Kuczyńska, 1968). Pozornie rubryka odeszła od przedwojennego sznytu mecenasowej Rylskiej, jednak, mówiąc językiem Smoczyńskiego i Zaryckiego (2017: 145–157), zmieniła się tylko forma totemu, a nie jego treść. Symbole i kody w nim zawarte wciąż pozostawały zgodne z mieszczańskimi wartościami i światopoglądem. W ubraniach, chociaż pod koniec lat 60. wyglądały inaczej, wciąż ceniono oryginalność, jakość oraz możliwość wyróżnienia się. A zatem wartości sprzeczne z peerelowskim postrzeganiem mody jako podpory zunifikowanej wspólnoty.

Podsumowanie

Popeerelowskie analizy zamieszczanych przez Hoff treści modowych bliskie były interpretacjom symboli opozycyjnych dokonanych przez Kubika (zob. Kubik, 1994: 153–182). Autorka i jej apologetci próbowali przekonać świat, że „W ten sposób walczyłam z komuną. [...] Projektowanie modnych ciuchów dla zwykłych ludzi było jak pokazywanie światełka w tunelu” (Hoff, 2012) i „wtedy to było bardzo ważne. To była nasza walka o wolność, walka z rusyfikacją” (Hoff, 2016). Jak wykazałam, takie deklaracje należy traktować na wyrost. Prawdopodobnie były związane z atakami kierowanymi w stronę gazety, zwłaszcza w latach 90., spowodowane jej rzekomym konformizmem i sprzyjaniu władzom PRL (Jaworska, 2008: 14–15).

Trudno zaprzeczyć, że prezentowanie modnych ubrań w „Przekroju” było taktyką walki z wartościami narzucanymi odgórnie. Krył się w nich sprzeciw wobec siermiężnej estetyki promowanej przez władze Polski Ludowej. W tym znaczeniu modne ubrania pełniły funkcję symbolicznego protestu przeciw grupie dominującej. Wyrażały dezaprobatę wobec unifikacji społeczeństwa, związanej z próbą kolektywizacji i zrównania klasowego obywateli (Szarota, 2008: 9).

Równocześnie same ubrania stanowiły symbol władzy wywierający wpływ na grupy, nad którymi zasilająca szeregi „Przekroju” inteligencja (często przedwojenna) dominowała, zwłaszcza kulturowo. Miały pełnić dla czytelników funkcję edukacyjno-wychowawczą. Służyły formowaniu społecznemu i narzucaniu mieszczańskiego *habitusu* szerokim masom. Te pozbawione były kapitału symbolicznego (zob. Bourdieu, 2013) pozwalającego na wytworzenie oryginalnych symboli, które byłyby opozycyjne zarówno wobec partii komunistycznej dzierżącej władzę polityczną, jak i inteligencji z jej władzą symboliczną. Wykorzystanie symboli antykomunistycznych – tych politycznych, jak również kulturowych – w których Kubik (1994: 239–269) widział potencjał emancypacyjny, niosło ryzyko wytworzenia się nowych relacji władzy. Być może opresyjnych. Ich dostrzeżenie jest o tyle trudne, że opozycja antykomunistyczna tworzyła narrację o podziale społeczeństwa na władzę oraz Polaków, czyli zwykłych ludzi (Kubik, 1994: 249–250). Pomijała aspekt klasowy, który wbrew pozorom nie zniknął wraz z przejściem władzy przez PZPR. Symbole władzy i władzę symboli należy więc rozważać wielopoziomowo, mając na uwadze, że dany symbol może być używany jednocześnie przeciwko grupie dominującej i jako narzędzie dominowania grupy podporządkowanej.

Pozostaje kwestia tego, na ile działania podejmowane przez Hoff w celu wychowania czytelnika faktycznie wpłynęły na zmianę jego *habitusu* oraz poglądów. Jest to rzecz, której nie da się obiektywnie

ocenić – można jedynie na ten temat dywagować. Za pewną sugestię, że wysiłki podejmowane przez peerelowską inteligencję w celu uczynienia swojej wizji świata tą dominującą, a siebie jako klasę arbitrem słuszności, może posłużyć pozycja, jaką zyskała ona w III RP. Jak wykazuje Tomasz Zarycki (2018: 232–238), zachowała ona hegemonię kulturową, władzę polityczną oraz zdominowała swoimi wartościami dyskurs publiczny (Zarycki, 2008: 102–107). Można zastanawiać się, na ile pozycja inteligencji wynika z jej praktyk służących zdominowaniu warstw ludowych w okresie PRL, a na ile jest skutkiem przejścia przez nią władzy politycznej po 1989 roku.

Bibliografia

- Aspers P., Frédéric G., 2013, *Sociology of fashion: Order and change*, „The Annual Review of Sociology”, no 39, s. 171–192.
- Bourdieu P., 2005, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, tłum. P. Biłos, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bourdieu P., 2013, *Symbolic capital and social classes*, „Journal of Classical Sociology”, no 2 (13), s. 292–302.
- Dowgiłło B., 2015, *Ubieranie jako forma uspołecznienia o aktualności koncepcji mody Georga Simmla*, Gdańsk, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Hoff B., 2012, *Polityczny fason kiecki Barbary Hoff*, [rozmowę przeprowadził W. Kalicki], „Wysokie Obcasy”, 15.10., <https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,53662,3872542.html> [dostęp: 28.04.21].
- Hoff B., 2016, *Barbara Hoff: Nikt nie mówił: „Ale sukces”, tylko: „Zrób coś, żeby tych kolejek nie było*”, [rozmowę przeprowadziła A. Boćkowska], „Magazyn Gazety Wyborczej”, 16.07., <https://wyborcza.pl/magazyn/1,124059,20408370,barbara-hoff-nikt-niemowil-ale-sukces-tylko-zrob-cos.html> [dostęp: 10.05.2021].
- Jaworska J., 2008, *Cywilizacja „Przekroju”. Misja obyczajowa w magazynie ilustrowanym*, Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Jaworska J., 2013, *Między modą a habitusem. Mieszkania polskiej inteligencji w latach sześćdziesiątych w magazynie „Ty i Ja”*, „Kultura Współczesna”, nr 4 (79), s. 87–96.
- Jeziorek N., 2019, *Barbara Hulanicki: Jej wielka Biba*, 18.06., „Vogue Polska”, <https://www.vogue.pl/a/barbara-hulanicki-jej-wielka-biba> [dostęp: 15.09.22].
- König R., 1979, *Potęga i urok mody*, tłum. J. Szymańska, Warszawa, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe.
- Kubik J., 1994, *Power of symbols against the symbols of power: The rise of solidarity and the fall of state socialism in Poland*, University Park, Pennsylvania State University Press.
- Kuczyńska T., 1968, *Polscy kreatorzy mody*, „Ty i Ja”, nr 8 (100), s. 30–33.
- Leszczyński A., 2020, *Ludowa historia Polski. Historia wyzysku i oporu. Mitologia panowania*, Warszawa, Wydawnictwo W.A.B.
- Meinhold R., 2014, *Fashion myths. A cultural critique*, Nowy Jork, Columbia University Press.

- Milczarczyk P., 2017, *Moda jako źródło cierpień*, „Kultura Popularna”, nr 2 (52), s. 56–64.
- Obukhova E., Zuckerman E.W., Zhang J., 2014, *When politics froze fashion: The effect of the Cultural Revolution on naming in Beijing*, „American Journal of Sociology”, nr 2 (120), s. 555–583.
- Pawlik E., 2018, *Janka Ipohorska, czyli kobieta z kamyczkiem w sercu*, „Przekrój”, 15.04., <https://przekroj.pl/kultura/janka-ipohorska-czylikobieta-z-kamyczkiem-w-sercu-ewa-pawlik> [dostęp: 28.04.2021].
- Pelka A., 2007, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Warszawa, Wydawnictwo Trio.
- Perchla-Włosik A., 2015, *Moda jako komunikat w świetle teorii socjologicznej i badań empirycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3 (223), s. 615–625.
- Potkaj T., 2019, *Przekrój Eilego. Biografia całego tego zamieszania z uwzględnieniem psa Fafika*, Kraków, Mando.
- Simmel G., 1957, *Fashion*, „The American Journal of Sociology”, no 6 (62), s. 541–558.
- Simmel G., 1980, *Filozofia mody*, w: S. Magala, *Simmel*, Warszawa, Wiedza Powszechna.
- Smoczyński R., Zarycki T., 2017, *Totem inteligencji. Arystokracja, szlachta i ziemiaństwo w polskiej przestrzeni społecznej*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Szarota P., 2008, *Od skarpetek Tyrmanda do krawata Leppera*, Warszawa, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.
- Tyrmand L., 1989, *Dziennik 1954*, Warszawa, Res Publica.
- Veblen T., 1971, *Teoria klasy próżniaczej*, tłum. J. i K. Zagórcy, Warszawa, Państwowe Wydawnictwo N.
- Zalewska A., 2018, *Jaką płć ma robotnica. Analiza symboli realizmu socjalistycznego*, Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Zarycki T., 2008, *Kapitał kulturowy. Inteligencja w Polsce i w Rosji*, Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Zarycki T., 2018, *Punkty za inteligencję. Agaty Zysiak rekonstrukcja historii Uniwersytetu Łódzkiego a rola PRL w umacnianiu inteligentnej hegemonii*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1 (62), s. 231–250.
- Zborowska Agata, 2013, *Wywoływanie duchów mody*, „Czas Kultury”, nr 2 (173), s. 134–141.
- Political Dress* [film], 2011, reż. J. Fibiger, Polska, cykl filmów dokumentalnych „Przewodnik do Polaków”, Follow Me Film Production, Instytut im. Adama Mickiewicza.

.....

Olga Załęska – studentka Szkoły Głównej Handlowej (ekonomia) oraz Uniwersytetu Warszawskiego (polonistyka; etnologia i antropologia kulturowa). Badawczo interesuje się kwestiami klasowości, *gender studies*, studiami nad pamięcią oraz tożsamością narodową.

.....