

MARZEC 2023  
NUMER 06



# GAZETA STUDENCKA

BEZPŁATNY MAGAZYN STUDENTÓW UNIwersYTETU OPOLSKIEGO



# MODA NA WIOSNĘ

Koniec zimy, początek wiosny – to pierwsze skojarzenia, jakie przychodzi na myśl miesiąc, który niedawno przywitaliśmy z otwartymi ramionami. Marzec jest czasem odnowy, pierwszych ciepłych, słonecznych dni i szansą na zrzucenie z siebie kurtek, szalików i czapek. A skoro już o ubraniach mowa, pragnę przedstawić Wam temat numeru, który trzymacie w rękach. W tym miesiącu dziennikarze i dziennikarki pochylili się nad szeroko rozumianą modą. Zobaczcie, co dla Was przygotowali!

Dowiecie się, jak wygląda wpływ *fast fashion* na środowisko i gdzie najlepiej szukać alternatywnych miejsc na zakupy. Przeczytacie artykuł dotyczący wyjątkowych, choć niezbyt popularnych produkcji filmowych, gier i osobistości. Poznacie polskie ikony mody rozpoznawane na całym świecie, niezwykłą projektantkę ubrań, a także autora fanpage'u Mistycyzm Popkulturowy. Znajdzie się tutaj coś dla osób ciekawych świata robotów oraz dla tych, którzy chcą wiedzieć, jak zachować się, gdy zauważą cenowe rozbieżności w sklepach. Nie pomijajcie też naszych stałych serii – czekają na Was wywiady z kolejnym wykładowcą i przedstawiającymi swój kierunek studentami. Warto poświęcić chwilę, aby przyjrzeć się najgłośniejszemu w ostatnich miesiącach tematu na naszej uczelni – przeczytajcie, jak wygląda Zimowa Giełda Piosenki oczami jej koordynatorki!

Dziękuję, że razem z „Gazetą Studencką” wkraczacie w nowy semestr. Mam nadzieję, że rozpocznie się dla Was pomyślnie! Cieszcie się powiewem wiosennych dni. Oby dobry humor niktogo nie opuszczał! I pamiętajcie, nie musimy trzymać się tego, co dyktuje moda – wystarczy, że będziemy sobą.

Redaktor Naczelna  
Oliwia Jeżyk



## MARZEC 2023 SPIS TREŚCI

03/  
POZNAJ SWOJEGO WYKŁADOWCĘ

04/05  
PRZEMYSŁ WART MILIONY

06/  
CHARAKTERYSTYCZNE,  
A NIEZNAJOME

07/  
IKONY POLSKIEJ MODY

08/09  
CO KIERUJE ŚWIATEM FILMU?

10/  
OKIEM PRAWNIKA

11/  
WYCINKI Z PRASY

12/  
KOMIKS

13/  
PUNK ICON

14/  
WIĘŚCI Z UNIWERKU

15/  
TRZY SPOJRZENIA NA  
FIZJOTERAPIĘ

REDAKCJA



NUMER 06  
MARZEC 2023  
ROK AKADEMICKI 2022/23

**REDAKCJA NACZELNA:** Oliwia Jeżyk, Weronika Sagan

**ZESPÓŁ REDAKCYJNY:** Adrian Kokot, Lilianna Chomicz, Adrianna Bischof, Justyna Katana, Adrian Cieżki, Weronika Słupikowska, Zofia Witoń, Paulina Kozłowska, Oliwia Jeżyk

**REDAKCJA TEKSTU:** Weronika Gruca, Natalia Hertel, Dominika Skawińska, Weronika Kłysz, Weronika Sagan, Oliwia Smyczyńska

**KOREKTA:** Emilia Pyszorska, Laurencja Boruc, Natalia Kaczmarczyk, Katarzyna Włodarczyk, Zofia Witoń, Milena Skóra, Anna Tarsalewska, Jakub Michalak, Emilia Pyka, Oliwia Smyczyńska

**SKŁAD:** Weronika Gruca, Julia Wąsik, Anna Tarsalewska, Wiktoria Szymczak

**GRAFIKA:** Dominik Paszkowski, Agata Smolarczyk, Amelia Kamińska, Michał Ochnik, Mateusz Waliduda, Rafał Zajac

**FOTOGRAFIA:** Jessica Jagudzka, Kinga Grzywacz, Martyna Jablonka, Laura Zimnik, Zuzanna Trawińska, Emilia Krypeł, Patrycja Kostyra, Marta Michalik

**GRAFIKA STRONY REDAKCYJNEJ:** Karolina Reczyńska

**AUTOR OKŁADKI:** Julia Węgrzynowicz

## KONTAKT



gazetastudenckaUO



gazetastudencka



gazetastudencka.uo@gmail.com

## WYDAWCA



Uniwersytet Opolski  
pl. Kopernika 11A  
45-040 Opole



# POZNAJ SWOJEGO WYKŁADOWCĘ



## PATRYCJA KOSTYRA

**Wielu studentów podchodzi do wykładowców z dystansem i strachem. To jednak osoby takie same jak my i każdy z nich ma ludzkie oblicze. Chcielibyśmy je Wam przybliżyć i pokazać, że diabeł nie zawsze jest taki straszny, jak go malują.**

**Jaką rolę pełni Pani na uczelni i z jakich zajęć mogą Panią znać studenci?**

Myślę, że pełnię dosyć ciekawą rolę, bo jestem pracownikiem biblioteki, pracownikiem technicznym i wykładowcą jednocześnie. Mogę śmiało powiedzieć, że jestem mocno związana z Wydziałem Sztuki i wszystko, co najbardziej na uniwersytecie kocham, wiąże się właśnie z nim. Zarządzam również kontami tego wydziału w mediach społecznościowych. Poza tym prowadzę zajęcia z edytorów obrazu cyfrowego i projektowania w internecie, a na Wydziale Sztuki asystuję prof. Łucji Piwowar-Bagińskiej w pracowniach rysunku i malarstwa.

**Co Panią skłoniło do nauczania?**

Gdy skończyłam studia w 2018 r., otrzymałam od uczelni propozycję asystowania w pracowni rysunku i malarstwa. To było bardzo miłe i do dzisiaj czuję się wzruszona tym, że o mnie pomyślano. Moje początki były nieco niepewne i przerażające, ale z czasem weszło mi to w krew i obecnie bardzo przyjemnie mi się pracuje.

**Czy jest coś, co Panią zaskoczyło w roli wykładowcy?**

Myślę, że najbardziej zaskakują mnie pomysły studentów. Zawsze mi się wydawało, że praca wykładowcy polega głównie na rozmowach i naprowadzaniu na odpowiednią ścieżkę, a okazuje się, że nie jest to zawsze takie oczywiste. Czasem trzeba kogoś wręcz przepchnąć, a czasem jestem zmuszona zgasić jakiś pomysł studenta. Innym zaś razem wydaje się, że jakieś zadanie będzie wymagać dużej pomocy, ale dany student okazuje się mieć świetne pomysły, jest pracowity i potrafi sobie poradzić w dużej mierze sam.

**Ma Pani może jakieś rady dla czytających nas początkujących artystów?**

Przede wszystkim, jeżeli ktoś chce zostać artystą, musi po prostu coś w tym celu robić. Rzeczy nie dzieją się same i gdy ktoś pragnie, by poprawił się jego warsztat lub kariera się rozwijała, musi wyjść z inicjatywą. Warto również czytać teksty związane z tą dziedziną sztuki, która jest w kręgu naszych zainteresowań.

**Pani sama również jest artystką. Skąd czerpie Pani inspiracje do swoich prac?**

Osobiście zajmuję się w dużej mierze street artem, ilustracją i muralami. Inspiracje, mówiąc szczerze, biorę zewsząd, ale najbardziej fascynują mnie natura i zwierzęta. Może przez to, że całe życie spędziłam w blokach, zrodziła się u mnie tęsknota za pewnego rodzaju egzotyką. W moich pracach pojawiają się też różne fantastyczne stworzenia. Nie uchwycimy ich aparatem, a chciałabym, by w takiej semi-realistycznej formie zaistniały w rzeczywistości.

**A czy dla Pani sztuka to hobby czy raczej praca?**

Sądzę, że w tym momencie to po prostu element mojego życia. To dla mnie coś tak podstawowego, że nie potrafię sobie wyobrazić, że tego nie robię. Jest to po prostu niczym spanie lub jeżdżenie. Wszystko w moim życiu wiąże się ze sztuką, mam całkiem sporo wypełnionych przeróżnymi rysunkami. Czasami nawet wchodzę na Instagram, wpisuję jakiś *hashtag* i rysuję ludzi ze zdjęć w internecie.

**Jak Pani myśli, czy rozwijająca się obecnie prędko sztuczna inteligencja może kiedyś zastąpić artystów?**

Bacnie obserwuję to, co się dzieje, i uważam, że powinno się to zjawisko ocenić pod kątem prawnym. Korzystanie przez AI z gotowych prac jest bardzo niesprawiedliwe, gdyż ludzie pracują całe życie, by wyrobić pewną kreskę lub styl, a w tej chwili można to wygenerować w kilka minut. Słyszałam głosy, że to byłoby sprawiedliwe, gdyby AI używała dzieł w sposób jawny, a artyści, których prace byłyby wykorzystywane, otrzymywaliby pewien procent zysków z wygenerowanych projektów. Narzędzie nie jest problemem – są nim ludzie, którzy chcą je wykorzystać tanio, nie licząc się z innymi. AI tak czy siak nie zajmie miejsca artystów, gdyż ludzka kreatywność i zdolność do przekazywania emocji są absolutnie wyjątkowe. To, że mamy umiejętność tworzenia piękna i przedstawiania go innym, odróżnia nas od zwierząt. Nie sądzę, by sztuczna inteligencja była kiedyś w stanie w 100% uczynić to samo. Może być jednak wykorzystywana przez artystów jako narzędzie pomocnicze.

# PRZEMYSŁ WART MILIONY

**Od kilku lat bardzo głośnym tematem jest wpływ przemysłu *fast fashion* na środowisko. Jest to realny problem, którego nie powinno się lekceważyć. Można powiedzieć, że to tylko krzyki pseudoekologów, jednak doniesienia medialne wskazują, że temat jest poważny.**

Według słownika mody *fast fashion* to gałąź przemysłu mody, której głównym celem jest szybka, najczęściej masowa produkcja ubrań przy niskim nakładzie środków, tak aby w jak najkrótszym czasie trafiły do przeciętnego odbiorcy. Za początki tego zjawiska uznaje się pełne buntu lata 60. Obecnie kolekcje powstają spontanicznie i błyskawicznie – zdarza się nawet, że prototyp ukazuje się w dniu powstania projektu. Niestety prawdą jest, że branża *fast fashion* stawia na ilość, a nie na jakość. Przez to, że jej głównym zadaniem jest podążanie za trendami, produkcja musi być szybka, a sklepy sieciowe wybierają to, co jest bardziej opłacalne.

## Zanieczyszczenie środowiska

Na pierwszy ogień wrzucmy statystyki. Według danych Parlamentu Europejskiego branża *fast fashion* jest odpowiedzialna za 10% globalnej emisji dwutlenku węgla. To jednak jeszcze nie wszystko. Do tworzenia ubrań wykorzystywana jest woda – produkcja jednego bawełnianego t-shirtu zużywa jej aż 2,7 tys. l. Na domiar złego przemysł ten odpowiada za 20% ścieków na świecie, które powstają m.in. przy farbowaniu ubrań. Zdarza się, że pracownicy nadający tkaninom kolor są nieletni, a barwniki, z którymi mają styczność, są szkodliwe dla zdrowia. W składzie powstającej odzieży można znaleźć głównie materiały syntetyczne, takie jak poliester czy nylon, które długo będą rozkładać się na wysypiskach, a pochodzący z ich produkcji mikroplastik trafi do oceanów i zanieczyści wodę.



BBC podaje, że mieszkaniec USA rocznie wyrzuca średnio 37 kg odzieży. W Polsce suma wyrzucanej w ciągu roku odzieży to 2,5 mln t. Każdego roku co najmniej 39 tys. t ubrań z USA

i Europy ląduje na pustyni Atakama w Chile. Sama firma Amazon tygodniowo wyrzuca 130 tys. niesprzedanych rzeczy, w tym 12% zwracanych produktów. Według statystyk tylko 12% ubrań podawane jest recyklingowi, a reszta trafia po prostu na śmietnik lub niestety – zostaje spalona. Do tego ostatniego przyznało się kilka domów mody, m.in. Chanel czy Louis Vuitton oraz sieciówki takie jak H&M i Victoria's Secret. Lokalne prawo coraz częściej zakazuje spalania odzieży, dlatego producenci wyrzucają ubrania na nieoznaczone i często nielegalne wysypiska.



## Gospodarka i warunki produkcji

Według raportu BBC obecnie nabywamy o 60% więcej ubrań niż jeszcze 15 lat temu. Na całym świecie rocznie kupujemy aż 56 mln t ubrań. Do 2050 r. ta liczba może wzrosnąć nawet do 160 mln t.

Aż 85% osób zatrudnionych przy produkcji odzieży stanowią kobiety, głównie z krajów azjatyckich – Chin czy Bangladeszu. Dla większości z nich praca ta jest jedyną szansą na zarobienie jakichkolwiek pieniędzy, jednak wynagrodzenie waha się na niskim poziomie 2–4 dolarów za dzień. Szwaczki pracują nawet 12–16 godzin na dobę, bojąc się zwolnienia, a w związku z koncepcją taniej siły roboczej branża nie zapewnia pracownikom dogodnych warunków. Tylko w 2021 r. ponad 500 osób zginęło w 400 wypadkach przy pracy. Oznacza to, że w fabrykach i szwalniach średnio raz dziennie ma miejsce wypadek ze skutkiem śmiertelnym. Mimo tego pracownicy przeważnie nie mogą walczyć o swoje prawa, ponieważ wszelkie protesty zostają natychmiast stłumione. Ponadto barwniki stosowane do farbowania włókien mają działanie rakotwórcze, a ścieki z produkcji trafiają do okolicznych rzek, utrudniając życie tamtejszej ludności.

## Pionierzy *fast fashion*

Jednymi z najbardziej znanych marek *fast fashion* są m.in. Zara oraz H&M. Jeszcze większą popularność zdobyła chińska marka



Shein, która osiąga obecnie najlepsze wyniki sprzedaży w Stanach Zjednoczonych i której wartość wynosi ok. 47 mld dolarów. Coraz częściej określana jest mianem „ultra fast fashion”, ponieważ na portalu codziennie pojawiają się setki nowych produktów. Cały proces od wykonania projektu do sprzedaży trwa niecały tydzień, a nie, jak w przypadku np. Zary, pięć tygodni. Nagrania zakupowych zdobyczy z Shein pojawiają się na platformach takich jak TikTok czy Instagram i tym samym napędzają popularność marki. Bardziej przekonujące do zakupów mogą być też inne aspekty – choć na przesyłkę trzeba czekać od kilku do kilkunastu dni, szafę można zappełnić za niecałe 200 zł. Nietrudno znaleźć przykłady skrajnie niskich cen oferowanych przez platformę: prostą koszulkę możemy kupić już za 19 zł, strój kąpielowy za 30 zł, a spodnie – za niecałe 40 zł. W dodatku cały czas dostępne są zniżki: na pierwszy kupiony produkt, z okazji walentynek czy początku wakacji. Takie praktyki zachęcają do jeszcze większego konsumpcjonizmu. Shein publicznie nie informuje, jakie są przychody sklepu ani gdzie szyje ubrania. Deklaruje jednak, że nie współpracuje z największymi fabrykami, tylko wybiera mniejsze szwalnie, głównie w Azji. Ponadto platforma znana jest z kradzieży własności intelektualnej, czyli kopiowania i wykradania wzorów mniejszym twórcom, a następnie sprzedawania podrobionych projektów o znacznie gorszej jakości za niską cenę. Same warunki produkcji towaru są tu jeszcze gorsze od tego, co dzieje się w innych sieciówkach. Nie ma tutaj określonych godzin pracy, a w ciągu całego miesiąca dostępny jest tylko jeden dzień wolny.



### Alternatywa – *slow fashion*

Wiele osób uważa, że *slow fashion* to to samo, co minimalizm zakupowy, jednak w rzeczywistości jest to świadome podejście do mody. Nie powinno się traktować tego jako nowego trendu czy chwilowej mody – powinno być to racjonalne spojrzenie na swoje potrzeby dotyczące ubioru.

Po nagłośnieniu problemów związanych z działaniem sieciówek modne stało się kupowanie w second-handach. Przyznało się do tego aż 69% ankietowanych Polaków. Ludzie młodzi zaglądną do takich sklepów częściej niż osoby starsze – aż 83% badanych w wieku do 25 lat deklaruje, że chętnie kupuje w lumpeksach. Wyniki badań pokazują, że mieszkańcy wielkich

miast i metropolii korzystają ze sklepów z odzieżą używaną tylko o 20% rzadziej niż mieszkańcy miast z populacją do 50 tys. osób.

Co więc wyróżnia przemysł *slow fashion*? Są to m.in. wysoka jakość, uniwersalne kroje i produkcja bez wykorzystania materiałów odzwierzęcych. W second-handach można ponadto nabyć ubrania pochodzące od mniej rozpowszechnionych marek, które dostępne są jedynie w internecie albo stacjonarnie w stolicy. Szczególnym źródłem takich ubrań są na przykład sklepy ze skandynawską odzieżą używaną. Co prawda w lumpeksach jeden element może nie być dostępny w wielu rozmiarach, ale nie mało osób potwierdzi, że to tam udało im się znaleźć ich ulubioną część garderoby. Natomiast ci, którzy lubią przerabiać swoją odzież według własnych upodobań, na pewno znajdą w takich sklepach coś, co nada się do własnej obróbki.

Choć towar pochodzi z odzysku, można znaleźć tam atrakcyjne dla oka markowe ubrania o wysokiej jakości. Część ciucholandów ma nawet działy z ubraniami od projektantów. Warto kupować odzież z drugiej ręki, ponieważ możemy ograniczyć w ten sposób ilość odpadów, a zaopatrując się we wcześniej noszone ubrania, mamy pewność, że nie zniszczą się po jednym praniu.

### Podsumowanie

Jak widzimy, *fast fashion* nie jest biznesem bez wad. Czy powinniśmy więc zrezygnować całkowicie z tej gałęzi przemysłu modowego? Na pewno nie warto bez zastanowienia ulegać chwilowym trendom. Szkodzi to nie tylko naszym portfelom, ale też planecie. Od wielu lat *social media* kształtują przekonanie, że powinno się wymieniać swoją garderobę co sezon. Jak wszyscy wiemy, popyt rodzi podaż, a jak mawiała Coco Chanel, „Moda przemija, styl pozostaje”. Lepiej znaleźć własny sposób ubierania się, zamiast podążać bezmyślnie za czymś, co akurat jest „na topie”. To, że dany produkt zdobył popularność, wcale nie oznacza, że musimy go mieć. Podążajmy za własnym sumieniem i kontrolujmy swoje zakupy.

# CHARAKTERYSTYCZNE, A NIEZNAJOME

Kto nigdy nie słyszał o *Titanicu*, prawdopodobnie nie ukończył jeszcze szkoły podstawowej. Chyba każdy widział obraz *Mona Lisa* w internecie, telewizji lub książce. A kojarzycie kogoś, z kim nie można porozmawiać o *Harrym Potterze*, nawet jeśli ta osoba wyraża się niepochwlebnie?

Wiem, są to sztandarowe przykłady, których trudno nie znać, jednak co wpłynęło na ich rozpoznawalność? Czy mniej znana kultura miałaby szanse dojść do głosu dzięki swojej unikatowości, jeśli nie była i nie jest modna?



Gdybym miała podać przykład wyjątkowego i niedocenianego filmu, byłaby to animacja *Azur i Asmar*. Zanim opuścisz ten tekst na rzecz innych, weź głęboki wdech i daj szansę niezwyklej palecie graficznej. Niektórzy odczuwają niepokój, widząc dziwną perspektywę, nietypowy dobór kolorów i szczegóły. Można śmiało stwierdzić, że po obejrzeniu całości pierwszy raz zwykle oko nie dostrzeże, co tak naprawdę jest unikatowego w tej bajce. Fabuła, choć nie jest wysokich lotów, może zaciekawic motywem podróży tytułowych bohaterów. To nie jedyny film Michela Ocelota z tak nietuzinkową animacją, a każdy rozgrywa się w zupełnie innej rzeczywistości.

Głos Wojciecha Manna zna każdy, ale niewielu osobom kojarzy się on z grą *Sam & Max: Sezon pierwszy* – jedyną częścią gry z

polskim dubbingiem. Sama produkcja to w zasadzie historia dwóch mówiących zwierząt z policji ochotniczej, ale nie to jest najistotniejsze. Cięty, często czarny, humor, przedziwne porównania, nonsensowne teksty, które jednak bawią – łagodzą makabryczny charakter wielu spraw rozwiązywanych przez Sama i Maxa. Świetnie odegrane role aktorów głosowych tylko podkreślają dziwaczność i śmieszność scen, które pojawiają się w utworze. Przykładową reakcją psiego policjanta na zadanie wyznaczone mu przez komendanta jest wykrzyknięcie: „Na grecką boginię Selene w rydwanie z dwoma wałkami rozrządu i błotnikami Ursus”. Każdy przedmiot pojawiający się w grze zostaje opisany przez bohaterów w unikatowy sposób. Poza tym w produkcji znajdują się polskie smaczki jak miasto Szczecbrzeszyn i Rysio z *Klanu*, i neologizmy typu „pryzmatologia” czy „gastrokineza”.

Możliwe, że ludzie znają piosenkę *What does the fox say?*, ale jej wydanie to nie koniec zaskoczeń ze strony autorów – braci komików kryjących się pod pseudonimem Ylvis. Ich głównym zajęciem jest prowadzenie norweskiego programu komediowo-satyrycznego, jednak mają na swoim koncie też kilka różniących się drastycznie od ich przeboju kawałków muzycznych parodiujących „typowe” piosenki. Chociaż są śmieszne, dobrze oddają rzeczywistość i mogą nawet przekazać pewne lekcje czy fakty. Przykładowo *Jan Egeland* to utwór o norweskim polityku i międzynarodowym obrońcy praw człowieka, a *Engine for Gabriel* namawia do wsparcia Gabriela z Kenii, który próbował spełnić swoje marzenie i zbudować własny samolot. Każda inna piosenka aż ocieka sarkazmem, a teksty często zawierają nietypowe opisy, np. dotyczące wymiarów jacuzzi lub życia ze spersonifikowanym ciśnieniem. Błyskotliwe i zabawne.

Jakie znacie osoby o charakterystycznym wyglądzie? Angelina Jolie, Kim Kardashian, Arnold Schwarzenegger, Piotr Żyła. Ich temat zawsze gdzieś się przewija. A dlaczego nie przywołuje się fikcyjnych bliźniaczków syjamskich wykreowanych przez Amandę Palmer i Jasona Webley? Ich historia nie jest tak zabawna, jak poprzednie przykłady, niemniej jest ciekawa. O przeszłości dziewcząt można dowiedzieć się zarówno z ich strony internetowej, jak i pełnych mroku utworów. Dziewczynki Evelyn i Evelyn Neville dzielą ze sobą trzy nogi, dwie ręce, trzy płuca, dwa serca oraz jedną wątrobę i musiały mierzyć się z różnymi przeciwnościami losu, również gdy robiły karierę w trupie cyrkowej.

Pytanie zatem brzmi, czy aż tak wygodne jest dla nas tkwienie w tych samych schematach – oglądanie wciąż podobnych filmów, słuchanie zbliżonych do siebie piosenek i interesowanie się osobami, które są na językach? Możliwe, niektórzy nie lubią wychodzić ze swojej strefy komfortu i nawiązują kontakt z osobami, z którymi mogliby porozmawiać na temat utworów będących „na czasie”. Nie warto jednak skupiać się wyłącznie na tym, bo granice kultury sięgają zdecydowanie dalej.

TEKST: ZOFIA WITÓŃ  
GRAF. NORD-QUE FILMS



# IKONY POLSKIEJ MODY

**Polska w XX w. mogła pochwalić się niejedną rewolucjonistką wyznaczania stylu. A czy Ty znasz polskie projektantki mody, których wpływ obecny jest do dzisiaj?**

Przedstawiamy kilka zasłużonych dla świata trendów odzieżowych (i nie tylko!) sylwetek znanych także poza granicami naszego kraju.

## **Jadwiga Grabowska (1898–1988)**

Już w czasach przedwojennych prowadziła własny dom mody. Jej muzą była matka o nietuzinkowym wyczuciu stylu i elegancji. W latach 50. Jadwiga została dyrektorką artystyczną nowo powstałej marki Moda Polska, stanowisko to zajmowała przez 10 lat od jej założenia ze względu na wykształcenie dziennikarskie i cenioną wizję modową. Dzięki swojej pozycji społecznej mogła opuszczać granice kraju w celu poszukiwania inspiracji w Paryżu i innych europejskich ośrodkach kreowania stylu. Mimo że promowała modę nowoczesną, lekką i awangardową, sama pozostawała przy swoich klasycznych garsonkach inspirowanych projektami Coco Chanel, którą Grabowska poznała w stolicy Francji w 1924 r.



## **Xymena Zaniewska (1927–2016)**

Od najmłodszych lat przejawiała talent artystyczny, więc za namową malarza prof. Zygmunta Kamińskiego zdecydowała się studiować architekturę. Już w czasie kariery akademickiej zaczęła pracę w Instytucie Wzornictwa Przemysłowego i angażowała się w wiele warszawskich projektów urbanistycznych. Porzuciła jednak plany na zostanie zawodową architektką mimo skończonych studiów i podjęła kolejne – na Akademii Sztuk Pięknych. Następnie została projektantką odzieży dla Mody Polskiej i scenografką Teatru Telewizyjnego, za co okrzyknięto ją twórczynią polskiej szkoły sceno-

grafii. W latach 90., u szczytu kariery, pracowała z międzynarodowymi markami mody, prowadziła programy telewizyjne i wykladała w szkole filmowej w Łodzi. Choć jej prywatne kolekcje wyróżniały ostre kolory i inspiracje polskimi wzorami, o modzie mówiła: „Lubię każdą, bo jest nowa. I inna. I odświeżająca”.

## **Kazimiera Frymark-Błaszczyk (1931–2022)**

Zainspirowana *Ziemią obiecaną* Władysława Reymonta, związała swoje plany modowe z zakładami włókienniczymi w Łodzi. W tym przemysłowym mieście została jednak wykładowczynią na Akademii Sztuk Pięknych na ponad pół wieku. Poza pracą na uczelni pełniła funkcję kierowniczką Zakładu Wzornictwa. Stała się także główną specjalistką ds. mody w Centralnym Laboratorium Przemysłu Dziewiarskiego, dla którego tworzyła przede wszystkim dywany i gobeliny w kolorach umbrzy i karminu.

W latach 90. kilkakrotnie się przeprowadzała ze względu na podjęcie pracy artystyczno-naukowej na uniwersytetach w Meksyku, Kopenhadze czy Dundee.

## **Barbara Hoff (ur. 1932)**

Już jako studentka historii sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim otrzymała propozycję pisania felietonów dla krakowskiego magazynu „Przekrój”. W czasach PRL-u pełnił on niezwykłą funkcję kulturotwórczą, był oknem na zachodni świat. Pisali dla niego m.in. Sławomir Mrożek, Ludwik Kern czy Konstanty Gałczyński. Hoff tworzyła stroje codzienne. Odpowiadała m.in. za pierwsze polskie odpowiedniki czarnych balerin, a także kostiumy filmowe, np. do dzieł Andrzeja Wajdy. W latach 70. mówiła o swoich projektach: „Chciałam nie tylko podpowiadać Polsce, jak ma się ubierać, ale sama tę Polskę ubierać”.

## **Grażyna Hase (ur. 1939)**

Karierę rozpoczęła jako 18-letnia modelka, pojawiając się na okładce „Przekroju”, którego redaktorką rubryki modowej była w tym czasie Barbara Hoff. Niebawem otrzymała kontrakty na wybiegach w całej Europie i zaczęła współpracę z wieloma domami mody. U szczytu kariery modelingowej, pod koniec lat 60., zaczęła projektować własne kolekcje inspirowane jej podróżami przez Stary Kontynent. Wkrótce połączyła praktykę z teorią, podejmując studia w warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych. Jej talent dostrzeżono w światowych stolicach mody, m.in. w Mediolanie i Nowym Jorku. Projektowała stroje nawet dla Polskich Linii Lotniczych LOT oraz odpowiadała za kombinezony polskiej sportowej reprezentacji na Zimowe Igrzyska Olimpijskie w Salt Lake City i kostiumy sceniczne dla gwiazd estrady, w tym dla Anny Jantar i Ireny Jarockiej.

*Moda jest odbiciem czasu* – Anna Wintour, redaktorka naczelna magazynu „Vogue”.

TEKST: LILIANA CHOMICZ  
GRAF. AMELIA KAMIŃSKA

# CO KIERUJE ŚWIATEM FILMU?

Czy zastanawialiście się kiedyś, dlaczego zalewa nas fala remake'ów i rebootów, a w domowym zaciszu serialy oglądamy wręcz taśmowo? O tych i innych filmowych trendach rozmawialiśmy z Michałem Ochnikiem, autorem bloga *Mistycyzm Popkulturowy*.



## **Dlaczego cały czas wracamy do filmów sprzed lat, a wytwórnicy kręcą ich nowe wersje lub kontynuacje?**

Dla mnie najbardziej oczywistą przyczyną tego jest neoliberalizm, czyli trend ekonomiczny, w którym tworzymy jak najwięcej, jednocześnie minimalizując ryzyko. Oznacza to, że zamiast zamawiać zupełnie nowy projekt, kierujemy się w stronę tego, co już się raz sprzedało i daje nadzieję, że stanie się tak ponownie. W związku z tym w mainstreamie coraz rzadziej dopuszcza się eksperymentowanie. Dopóki sytuacja ekonomiczna nie zmieni się w diametralny sposób, to będziemy co siedem lat oglądać nowego *Spider-Mana*.

## **Co sprawia, że odczuwamy tak wielką tęsknotę do lat 80. ubiegłego wieku?**

Wydaje mi się, że to zjawisko ogranicza się do krajów Europy Zachodniej oraz Ameryki i składa się na to kilka czynników. Był to czas niewinności jeszcze przed falą seryjnych morderstw na terenie Stanów Zjednoczonych, satanistyczną paniką i kryzysami ekonomicznymi. To była ostatnia chwila, w której mieliśmy do czynienia ze stabilną sytuacją zarówno w polityce, jak i w kulturze. Z tego powodu twórcy zachodniej kultury popularnej bardzo chętnie wracają w swoich dziełach do tego okresu.

Wydaje mi się, że jest to znacznie mniej odczuwalne w krajach azjatyckich i może nawet w Europie Wschodniej. Nie wyobrażam sobie czegoś takiego jak *Stranger Things* w PRL.

## **Obecnie pojawia się coraz więcej wysokobudżetowych seriali animowanych, a twórcy tacy jak np. Guillermo del Toro mówią, że jest to również forma sztuki. Czy nadszedł w końcu czas, kiedy animacja przestanie być traktowana jedynie jako coś kierowanego do najmłodszych?**

Wydaje mi się, że ten proces zachodzi już od dawna i jest jednym z rezultatów globalizacji. Z jednej strony mamy japońskie anime, które od lat 80. zaczęło być eksportowane do innych krajów i stało się integralną częścią kultury popularnej, a z drugiej strony mamy *Arcane* i kilka innych seriali, które tworzone są przez studia francuskie. Ta globalna wymiana idei sprawia, że publiczność oswaja się z myślą, że animacja nie musi być czymś kierowanym do dzieci lub amerykańską komedią.

## **W jaki sposób rozwój sztucznej inteligencji może wpłynąć na przemysł filmowy?**

Trudno powiedzieć, ponieważ aktualnie znajdujemy się na metaforycznym Dzikim Zachodzie. Pojawiła się nowa technologia, a prawo i legislacja jeszcze za nią nie nadążają. W ciągu kilku najbliższych miesięcy dowiemy się, w jaki sposób można legalnie używać sieci neuronowych do tworzenia sztuki i jak to zostanie powiązane z prawami autorskimi osób, na których pracach były trenowane te sieci.

Jestem w tej kwestii pesymistą i wydaje mi się, że sztuczna inteligencja może znacznie zintensyfikować proces tworzenia kultury pod dyktando algorytmów. Już teraz przy produkcji swoich seriali Netflix korzysta czasem z narzędzi, które podpowiadają mu, jakie elementy są ważne, i wyliczają, czy dany serial ma szansę się sprzedać. Przed chwilą zaś natrafiłem na informację, według której rynek e-booków na Amazonie jest zalewany przez niskiej jakości literaturę generowaną przez ChatGPT. To właśnie rezultat tego Dzikiego Zachodu, o którym mówiłem.

## **Zakończyliśmy właśnie hollywoodzki sezon nagród. Czy dla współczesnego widza wydarzenia takie jak Oscary czy Złote Globy dalej mają znaczenie?**

Myślę, że jest coś w tym stwierdzeniu, że Oscary jako nagrody, które mają odzwierciedlać obowiązujące trendy w głównym nurcie lub nawet kreować nowe, są takim kinematograficznym reliktem przeszłości. Wiele o tym mówi fakt, że filmy należące do Filmowego Uniwersum Marvela, które jest obecnie dominującą siłą w Hollywood, nie otrzymały zbyt wielu Oscarów. Sądzę jednak, że te nagrody zachowują pewną dozę popularności i wzmianki o tym, że dany film dostał statuetkę, będą miały pewne znaczenie dla wyborów konsumenckich odbiorców.



## Jaki wpływ na świat kina miała niedawna pandemia?

Wydaje mi się, że największy wpływ miała ona na samych twórców. Pandemia spowodowała fenomen społeczny – większość z nas została na co najmniej kilka tygodni zamknięta w domach i zaczęła znacznie częściej korzystać z platform streamingowych. Odnotowały one szybki wzrost popularności, który zaczął się kończyć w chwili poluzowania covidowych restrykcji. W tym momencie wielkie korporacje, które założyły sobie, że oglądalność ich serwisów będzie wzrastać, nagle zaczęły ponosić straty. Nastąpił okres paniki, w którym Netflix anuluje część swoich produkcji, a wiele innych platform zaczyna mocno eksperymentować. Ten rok może być właśnie czasem wycofywania się z produkcji seriali, które zostały zamówione na początku pandemii.

Jest to bardzo odczuwalne w animacji, gdyż tego typu treści mogą być tworzone w dużej mierze zdalnie, a ryzyko zachorowania osób odpowiadających za produkcję jest w takich warunkach znacznie niższe. Producenci w trakcie pandemii zamawiali animacje masowo, wiedząc, że jeżeli potrwa ona dłużej, to przynajmniej będą mieli przygotowanych dużo rzeczy, które można będzie wyświetlić. Teraz, gdy obostrzenia zostały bardzo mocno poluzowane, a wiele osób stwierdziło, że epidemia już się skończyła, to zamawiane w jej trakcie seriale animowane są intensywnie kasowane.

## Charakterystycznym zjawiskiem na platformach streamingowych jest *binge-watching*. Dlaczego zyskał taką popularność?

*Binge-watching* w ciągu kilku ostatnich lat stał się największym nieporozumieniem w historii mediów. Platformy uznały, że skoro ludzie lubią siedzieć przed ekranami godzinami i czasem oglądać nawet kilkanaście odcinków za jednym zamachem, to znaczy, że chcą właśnie w ten sposób doświadczać nowych produkcji. To niekoniecznie jest prawdą i zabrakło tu pewnego zniuansowania tematu. Ludzie lubią nadrabiać to, co przegapili, ale jak pokazują przykłady z chociażby Disney+, widzowie, śledząc co tydzień nowe odcinki, cieszą się społecznym uczestnictwem w przeżywaniu pewnych rzeczy. Zbieramy się razem i oglądamy coś np. w środę, a w czwartek wszyscy omawiamy to, co wydarzyło się w ostatnim odcinku. Wrzucanie na platformy całych sezonów naraz w dużej mierze zabija tego typu praktyki.

Nawet Netflix, który początkowo uczynił z *binge-watchingu* jedną z głównych cech swojej usługi, zaczyna coraz częściej dzielić swoje seriale na bloki. Przykładowo najnowszy sezon *Stranger Things* składał się z kilku odcinków wypuszczonych wcześniej i kolejnych dwóch/trzech, które zostały udostępnione widzowi nieco później.

Warto jeszcze dodać, że regularne dodawanie treści jest niezwykle istotne w budowaniu społeczności wokół nowej lub istniejącej już marki. W tych czasach jest to kluczowy element podtrzymywania zainteresowania widzów.

## Czy coraz większa liczba platform streamingowych i rosnące koszty ich subskrypcji mogą spowodować nadejście nowej ery piractwa?

Jeśli wezmę pod uwagę, jak mocno posegmentowany jest rynek, wydaje mi się, że ona nadchodzi już teraz. Pisanie

o popkulturze jest moją pracą i nawet mnie ledwo stać na legalny dostęp do oglądanych przeze mnie treści. Często muszę uciekać się do pomocy redakcji, jeżeli mam zobaczyć coś, na co zlecono mi wykonanie recenzji.



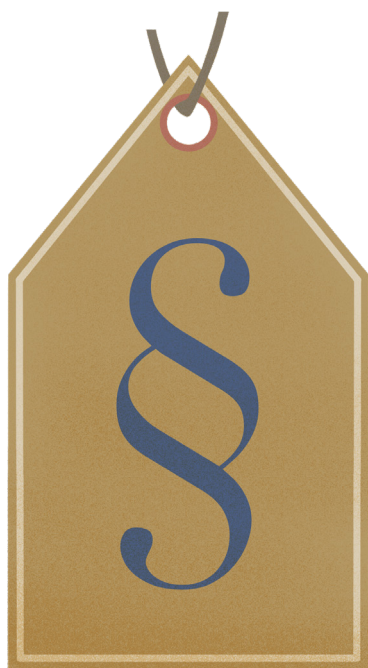
Gdybym chciał obyć się bez tego, musiałbym wykupić kilka dość kosztownych subskrypcji serwisów streamingowych lub żonglować platformami, co jest bardzo niewygodne. Wydaje mi się, że piractwo internetowe jest i zawsze było czymś w rodzaju wotum nieufności w stosunku do dystrybutorów treści. Pamiętam, jak rozkwitało jeszcze w momencie, gdy nie było platform streamingowych, które powstały niejako w odpowiedzi na to zjawisko. Kiedy pojawiły się pierwsze pirackie strony z serialami i filmami, dało to dystrybutorom do myślenia, że widzowie chcą w ten sposób konsumować treści. Pomyśleli, że jeżeli dadzą im dobrą usługę z szeroką ofertą, to konsumenci zmienią swoje zachowanie i zaczną im płacić. Teraz dochodzimy do tego etapu, w którym rynek jest tak posegmentowany, że dla wielu osób legalny dostęp do kultury jest mocno utrudniony lub nawet niemożliwy. Ludzie wracają do piractwa i czekam na to, jaki będzie następny krok dystrybutorów. Wydaje mi się, że najgorszą rzeczą, jaką mogliby zrobić, byłoby ponowne przykręcenie śruby i zagrożenie istnieniu serwisów pirackich.

# okiem prawnika

## Jedną „modę” poproszę

**Wartość mody mierzy się w chwilach spędzonych w przemyślnym, uśmiechach na widok sezonowych okazji czy unikatowych elementach garderoby znalezionych wśród perełek z drugiej ręki.**

Cenę mody na próżno mierzyć w liczbach. Dlaczego? Odpowiedź na to pytanie znają wszyscy ci, którzy choć raz na własnej skórze przekonali się, jak ceny deklarowane przez sklepy potrafią różnić się od siebie. Rozbieżności między cenami znajdującymi się na towarze oraz kwotami sugerowanymi przez kasy sklepów odzieżowych dają się we znaki, szczególnie w czasie sezonowych wyprzedaży. Niejednokrotnie chwilę przed zakupem okazuje się, że zniżka wskazana na naklejce nie obowiązuje. Nic dziwnego, że zdezorientowani konsumenci żądają ceny widniejącej wcześniej na produkcie zamiast tej, o której dowiadują się z nienacka. Zgodnie z art. 543 Kodeksu cywilnego: „Wystawienie rzeczy w miejscu sprzedaży na widok publiczny z oznaczeniem ceny uważa się za ofertę sprzedaży”. Bez wątplenia sklep odzieżowy umożliwia każdemu z potencjalnych klientów zapoznanie się z wyglądem oraz cenami towarów. Wydawałoby się, że za każdym razem prowadzi to do podejmowania świadomych decyzji podczas zakupów oraz dostosowania wyboru do możliwości finansowych. Jednak doświadczenie uczy, że rzeczywistość nie zawsze ma wiele wspólnego z wyobrażeniami. Kto przynajmniej raz nie został zaskoczony ceną podaną zza sklepowej lady?



Gdy budzi się w nas sceptycyzm, zawsze warto sprawdzić, co prawo ma do powiedzenia. Mając na uwadze powyższy artykuł, należy pamiętać, iż nie ma podstaw, aby kupujący nie wierzył w prawdziwość oferty, którą wybiera. Propozycje sprzedawcy nie mogą być mylące lub nieprawdziwe. Każdy z klientów powinien czuć, że może traktować z ufnością kwoty deklarowane na metkach. Brak wiary w prawdziwość sprzedającego wyklucza wszelkie najważniejsze zasady, na których opiera się bezpieczny oraz zgodny z prawem handel. Dodatkowo podważa to kompetencje oraz uczciwość sprzedawcy, który ma względem konsumenta obowiązki, od których nie może się dowolnie uchylać. Zatem gdy klient podchodzi z wybranym ubraniem do kasy, przyjmuje ofertę i wyraża zgodę na zapłatę ceny, z którą się zapoznał.

W sytuacji, w której cena widniejąca na produkcie różni się od kwoty wskazywanej przez kasę, prawo jest po stronie kupującego. W myśl art. 5 *Ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług*: „W przypadku rozbieżności lub wątpliwości co do ceny za oferowany towar lub usługę konsument ma prawo do żądania sprzedaży towaru lub usługi po cenie dla niego najkorzystniejszej”. Zgodnie z przytoczonym artykułem próby odmowy sprzedaży, w tym wybranego elementu odzieży w cenie różniącej się od tej, o której informuje metka, są nieuzasadnione.

Należy dodać, że cena umieszczona na produkcie powinna być oznaczona w sposób niebudzący wątpliwości. Do obowiązków każdego sprzedawcy należy zagwarantowanie, że prezentowane przez niego ceny są cenami rzeczywistymi. Jednak kiedy podczas modowych zakupów okaże się, że wyegzekwowanie oferowanej ceny przy kasie jest utrudnione, istnieją narzędzia oraz źródła, które umożliwiają klientowi znalezienie wsparcia i pomocy. Mowa o rzeczniku praw konsumentów, mediatorze inspekcji handlowej czy, ostatecznie, drodze sądowej. Dodatkowo jeśli rozbieżność cen została zauważona po uiszczeniu opłaty, kupujący ma prawo zażądać zwrotu różnicy cen.

Wielokrotnie klienci rezygnują z dochodzenia swoich praw ze względu na stosunkowo niewielką różnicę cen. Pragną uniknąć kłopotu oraz poświęcenia swojego cennego czasu. Jest to zrozumiałe, zwłaszcza obecnie, kiedy każdego dnia mamy dostęp do wielu produktów w okazjnych cenach, a nasza codzienność wypełniona jest dziesiątkami zadań do wykonania. Myślę, że choć jeden raz warto się sprzeciwić – zamiast pozostawać biernym, wyrazić głośno brak zgody na to sprzeczne z prawem działanie. Kto wie, może za jakiś czas wspomniane przykre niespodzianki będą jedynie wspomnieniem.

TEKST: ADRIANNA BISCHOF  
GRAF. RAFAŁ ZAJĄC





### Prehistoryczna Kinder Niespodzianka

Dinozaury, czyli stworzenia stąpające po Ziemi wiele milionów lat temu, to najpopularniejsze spośród wymarłych już organizmów. Filmy oraz seriale dotyczące wspomnianych gadów obejmują nie tylko te dokumentalne czy science-fiction, ale też produkcje animowane, kierowane głównie do najmłodszych. Do klasyki gatunku należą *Park Jurański* czy też bawiący swoim prehistorycznym codziennym życiem *Flintstonowie*. Działający najbliżej Opola park tematyczny, prezentujący nam niesamowitość omawianych stworzeń, znajduje się w Krasiejowie. Na terenie Parku Dinozaurów JuraPark Krasiejów prowadzono liczne prace wykopaliskowe, które doprowadziły do odnalezienia wielu dobrze zachowanych skamielin oraz szczątków dinozaurów. Na całym świecie nadal natrafia się na tego typu znaleziska. Ostatnio miało to miejsce w środkowych Indiach, w dolinie rzeki Narmada. Jak podaje portal Dziennik Naukowy, badacze natknęli się tam na ponad 250 skamieniałych jaj aż sześciu gatunków tytanozaurów. Taka różnorodność wśród roślinożernych olbrzymów wskazuje na to, że były one liczniejsze gatunkowo, niż można było sądzić na podstawie wcześniejszych odkryć. Interesujący jest fakt znajdowania się tak ogromnej liczby jaj w tym samym miejscu. Zostały one złożone przez wiele osobników, co świadczy o stadnym budowaniu gniazd przez tytanozaurow. Zapewniało to niewykluczenie, całkowicie bezbronnemu potomstwu lepszą ochronę przed atakiem wygłodniałych mięsożerców. Każdy kolejny odnaleziony ślad pozostawiony przez dinozaury uświadamia nam to, jak niewyobrażalnie daleko sięgają początki ziemi i jak skrajnie różne od obecnego funkcjonowało wtedy życie. Dzięki temu możemy oddzielić mechanizmy, które matka natura zachowała, od tych, które zniknęły w czeluściach przeszłości.

### Ja, nie człowiek

Jednym z podmiotów określanym mianem sztucznej inteligencji są tzw. chatboty przeznaczone do prowadzenia konwersacji. Skoro potrafią one odpowiadać na pytania i prowadzić dialog w charakterystyczny sposób, to czym tak naprawdę różnią się od ludzi? Gdy odłożymy na bok fakt zaprogramowania sztucznej inteligencji przez człowieka i brak fizycznego ciała, co stanowi najistotniejszą różnicę? Tym, co tak znacznie odróżnia nas

od chatbotów, jest świadomość. Jeśli założymy, że w przyszłości będziemy mogli przenieść nasz umysł do sieci lub do maszyny i pojawi się możliwość wgrania nowych wspomnień, osobowości bądź nawyków, to czy będziemy potrafili chociażby w przybliżeniu stwierdzić, gdzie się zaczyna, a gdzie kończy się człowiek? Jak informuje portal Focus, by zbadać, czy i w jakim stopniu AI jest świadoma, stosuje się test Turinga. Jego istotą najczęściej jest stwierdzanie przez człowieka, czy rozmawiał on z drugą osobą czy z maszyną. Taki sposób jednak wydaje się nieprecyzyjny. Sam fakt dobrego imitowania ludzi nie oznacza, że możemy mówić o rozwinięciu przez AI świadomości. Michael Graziano z Uniwersytetu Princeton proponuje odwrotne rozwiązanie. Według niego to komputer powinien stwierdzać, czy rozmawiał z inną maszyną czy też z człowiekiem. Taka koncepcja wydaje się bardziej sensowna i ciekawa, jednak ma również wady. Wspomniany test będzie skuteczny jedynie, gdy w konwersacji wezmą udział świadoma sztuczna inteligencja i ta nieświadoma. Jeśli obie AI będą miały świadomość, rozróżnienie przyjmujące spełnianie podanego kryterium za bycie człowiekiem zostanie pozbawione sensu.

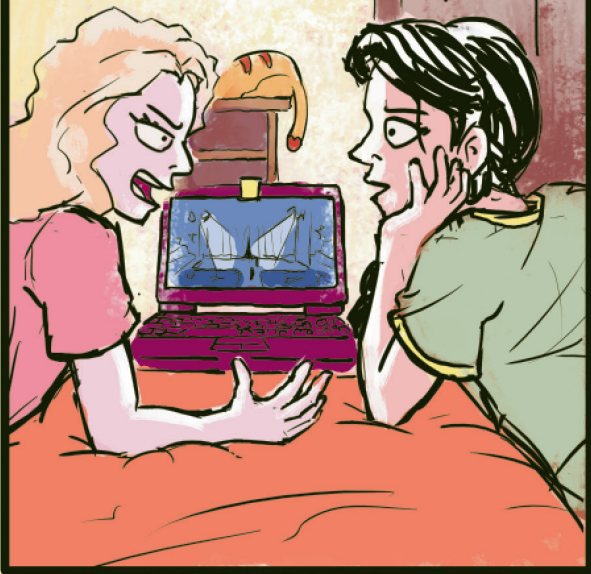
### Znalezisko wielkiej wagi

Jeśli mieszkamy w Australii, możemy znaleźć jadowitego węża nawet na naszym podwórku. Jak się okazuje, oprócz tych kłopotliwych gadów, w tym kraju można natknąć się też na ropuchy ważące nawet 2,7 kg, przy czym przeciętny osobnik tego gatunku jest ponad dwukrotnie lżejszy. Portal Rzeczpospolita donosi, że tak ogromnego płaza odnaleziono w Parku Narodowym Conway w Queensland w Australii. Jest to najprawdopodobniej najcięższy dotychczas odkryty przedstawiciel gatunku ropuch olbrzymich. Wcześniejszy rekord wagowy wśród tych płazów osiągnęła w 1991 r. ropucha olbrzymia ze Szwecji o masie 2,65 kg. Nie ulega jednak wątpliwości, że znalezienie tak masywnego płaza w przydomowym ogródku byłoby nadal lepszą opcją niż natrafienie na jadowitego węża.



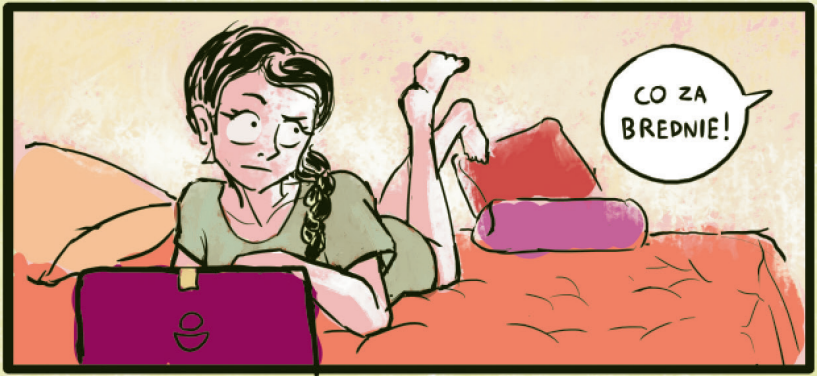
NIE CZAJĘ.  
CZEMU NA TYCH  
POKAZACH MODY  
ZAWSZE SIĘ TAK  
IDIOTYCZNIE  
UBIERAJĄ?

ZNACZY...  
O TO CHYBA  
CHODZI,  
PRAWDA?

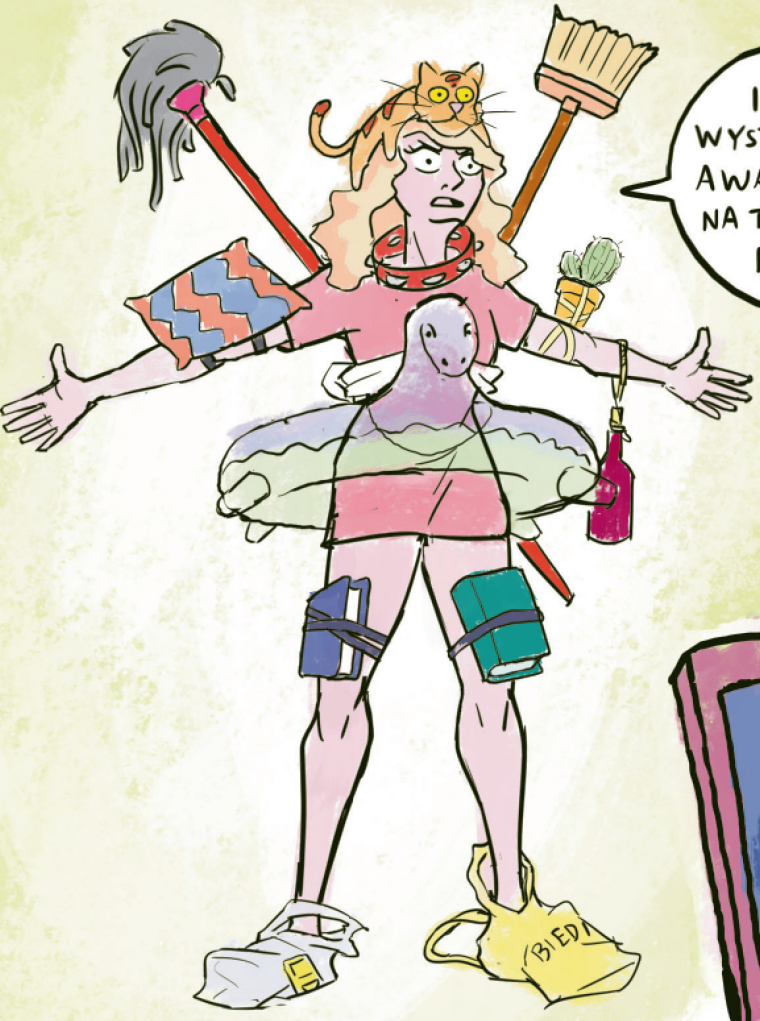


PROJEKTANCI  
TWORZĄ STROJE,  
KTÓRE MAJĄ SIĘ  
WYRÓŻNIĆ.

NIEKO-  
NIECZNIE MAJĄ  
BYĆ PRAKTY-  
CZNE. LICZY  
SIĘ AWANGAR-  
DOWOŚĆ.



CO ZA  
BREDNIE!



I JAK?!  
WYSTARCZAJĄCO  
AWANGARDOWY  
NA TEN ELITARNY  
POKAZ?!

A TAM,  
WYGŁUPIASZ  
SIĘ.





# PUNK ICON

**In the fashion world, there is not even one person who has never heard the name, Vivienne Westwood. An extremely original, talented, revolutionary fashion genius. We can spot her influence in runways and today's streetwear looks. However, this British designer has a fascinating story. Irrecusable, inspiring to chase your dreams and stick to your values.**



What started as a hobby, unexpectedly became Vivienne Westwood's life purpose. Firstly, she just worked on jewellery after hours, but always kept her dream of being a designer alive. Nevertheless, her life changed drastically after starting to create clothes for the boutique called Let it Rock, directed to people who enjoyed rock and roll music. Quitting her job as a teacher and starting a fashion career, she took a big step toward reaching her full potential. From the start, she wasn't afraid to break standards and norms. Pushing boundaries and creating provocative designs was her innovative approach to fashion.

Through the years, the shop changed its label a few times and rebranded itself. From the centre of the Teddy Boys subculture to a punk movement epicentre. Now this Kings Road shop is still open under the name Worlds End. A giant clock in front of it with 13 hours instead of 12 exemplifies the fantasy and rebellion we observe in her works.

She was excellent at presenting the punk movement's attitude toward fashion, and it's well-known she had taken a massive part in shaping this culture. Thanks to that, her work has already been broadly recognised by Londoners. However, she eventually became well-known worldwide when her husband at the time, Mal-

colm McLaren, brought together the group Sex Pistols. Formed by boutique customers and employees, this punk rock band became significantly popular thanks to their song titled *God Save the Queen*. Vivienne Westwood was behind their stage outfits which became seen on magazine pages, photos, etc. Sadly, they disbanded shortly after their glorious period, but for her, it was only the beginning. Afterwards, she and Malcolm McLaren presented more amazing designs in their collections. However, she made the decision to work independently, without her long-term partner. It was at that point that her career really took off.

Her clothes have a character and purpose, which makes them classics that we love and admire. She also created her iconic signature, which is popular and mostly used as an accessory such as necklaces. Now her brand is best known for extravagant dresses and corsets, which she reinvented from a garment to stylish outerwear. In 1987 she presented a corset inspired by the 18th-century Statue of Liberty. Corsets became the house's signature as well as a pillar of her collections. They have recently become fashionable again, and we can easily spot them anywhere. Moreover, people think she exemplifies the best of British style, and, what is more amusing, she was awarded the title of dame by Queen Elizabeth II for her services to fashion.

Furthermore, Vivienne Westwood was praised for her distinctive method of expressing herself. Boldly representing her thoughts and being indifferent about what others will say. She used runway and designs to speak her mind, referring to political and social matters. She stated that her role as a fashion designer gives her a voice, which she used to express her thoughts and feelings. As an environmentalist, she spread the words: "Buy Less, Choose Well, and Make it Last". Till the end, Vivienne Westwood was a figure of change and an activist. Few know she was a Greenpeace ambassador and even launched her own campaigning movement, Climate Revolution. Over the years, she supported lots of charities and campaigns.

Throughout her entire journey, she adhered to her beliefs. She is renowned for constantly reinventing her image and creations. She demonstrated to the world that it is better to try something new and that she was not afraid of change. Her collections had never been boring or cliched because she experimented with patterns, colours, and accessories. Although society may not fully comprehend her personality or fashion choices, they are what made her iconic.

# WIEŚCI Z UNIWERKU

## Zimowa Giełda Piosenki

Przed nami finał niezwykłego wydarzenia – Zimowej Giełdy Piosenki! Zobaczcie, co na ten temat opowiedziała jej koordynatorka **Wiktoria Kramczyńska**.

**Czy mogłabyś opowiedzieć nam o tym wydarzeniu? Co, gdzie, jak i kiedy?**

Zimowa Giełda Piosenki to muzyczne przedsięwzięcie, które od 1995 r. ma swoją stałą pozycję nie tylko w województwie opolskim, ale także w całej Polsce. Jest to kultowy przegląd studenckich zespołów, który daje możliwość wystąpienia na wielu muzycznych wydarzeniach w kraju. Krótko mówiąc, jest to przestrzeń dla wschodzących gwiazd polskiej sceny muzycznej. W tym roku do Zimowej Giełdy piosenki zgłosiło się 60 artystów z całej Polski. Obecnie już zakończyły się eliminacje, które wyłoniły 10 finalistów, a sam finał odbędzie się 24 marca w Studenckim Centrum Kultury Uniwersytetu Opolskiego.



**Czy to Twoja pierwsza duża impreza? Byłaś już jedną z liderów akcji DKMS, ale czy organizowałaś kiedyś coś podobnego do Zimowej Giełdy Piosenki?**

Prywatnie jestem wokalistką i zawsze w tego typu wydarzeniach brałam udział jako uczestnik. Nigdy wcześniej nie miałam okazji robić czegoś podobnego, w dodatku na tak dużą skalę. To zupełnie inna perspektywa i zarazem bardzo ciekawe doświadczenie, chociażby ze względu na moją miłość do muzyki trwającą od dziecka. Przyznaję, to dla mnie duże wyzwanie, ale mam wokół siebie tak zaangażowanych, kreatywnych oraz inspirujących ludzi, że nie pozostaje nic innego, tylko działać i rozwijać to wydarzenie.

**Co jest najważniejsze i czego nie może zabraknąć podczas studenckiej muzycznej imprezy?**

Przede wszystkim nie może zabraknąć studentów, pozytywnych wibracji i dobrej organizacji. Wasze uczestnictwo to absolutna podstawa, ale o to się nie martwię. My wszyscy mamy w sobie na tyle werwy, że dobrej energii w trakcie finału z pewnością nie zabraknie. Oczywiście nie sposób organizować jakiegoś wydarzenia bez różnego rodzaju współprac – działamy z mediami studenckimi, z Radiem Sygnały, Setą TV czy właśnie z „Gazetą Studencką”. Każda z tych organizacji gra bardzo dużą rolę w naszym przedsięwzięciu. Poza świetną współpracą ze studenckimi dziennikarzami działamy również z samorządami studenckimi z całej Polski. To niezwykle istotne, aby podczas takich wydarzeń zacieśniać studenckie więzi i razem zrobić coś niezwykłego.

**Co działo się podczas wcześniejszych edycji Zimowej Giełdy Piosenki?**

Historia jest niezwykle bogata, chociaż wśród studentów nie została szczególnie zapamiętana – wydarzenie to zniknęło na kilka lat z akademickiego kalendarza, więc tym bardziej jako Samorząd Studencki UO cieszymy się na wznowienie tej artystycznej tradycji. Zimowa Giełda piosenki odbywa się od 30 lat. Przez ten czas na scenie SCK wystąpiły setki młodych muzyków, a także wielu wybitnych wykonawców, m.in. Edyta Geppert, Kuba Badach, Grzegorz Turnau, Natalia Przybysz czy zespół Raz Dwa Trzy. Każda z edycji była ważna i wyjątkowa, w tym roku nie będzie inaczej.

**Jak wyglądać będzie tegoroczna edycja? Czego wyczekiwać?**

Będzie to jedno z najciekawszych wydarzeń kulturalnych w Polsce. Giełda zrzesza artystów z całego kraju, daje przestrzeń do zaprezentowania swojej twórczości i ogromne perspektywy. Dla artystów przewidziane jest wiele cennych nagród, m.in. występ na Piastonaliach Uniwersytetu Opolskiego i na Studenckim Festiwalu Piosenki w Krakowie. Wyczekujcie więc świetnego widowiska – przeglądu konkursowego 10 grup muzycznych oraz koncertu zespołu Myslovitz, który jest gwiazdą tegorocznej edycji Giełdy, a jednocześnie obchodzi 30-lecie swojej działalności artystycznej, więc będzie się działo!

**Czy studenci mogą jakoś zaangażować się w wydarzenie?**

Oczywiście, każde wydarzenie organizowane przez Samorząd Studencki UO jest we wspólnej przestrzeni i bardzo cenimy pomoc oraz zaangażowanie, jakie wykazują studenci. Podczas Giełdy również na nie liczymy – nie tylko przed finałem, ale także (i głównie) podczas niego. Każda pomoc będzie na wagę złota; będziemy potrzebować wolontariuszy i opiekunów dla 10 grup muzycznych, które przyjadą do Opola, oraz osób, które pomogą w ogólnej organizacji wydarzenia. Jeśli ktoś chciałby stać się częścią naszego zespołu, serdecznie zapraszam do kontaktu z Samorządem Studenckim lub bezpośrednio ze mną. Wspólnie otworzymy kolejny rozdział w historii Zimowej Giełdy Piosenki!

ROZMAWIAŁA: **OLIWIA JEŹYK**  
GRAF. **MATEUSZ WALIDUDA**



# Trzy spojrzenia na FIZJOTERAPIĘ



**KINGA  
GRZYWACZ**

**Skąd pomysł na studiowanie tego kierunku?**

Pomysł, aby zostać fizjoterapeutką, narodził się u mnie już w liceum. Wynikał on z chęci pomocy oraz wsparcia osób, które borykają się z różnego rodzaju dolegliwościami fizycznymi.

**Co jest na tych studiach najtrudniejsze?**

Wydaje mi się, że najtrudniejszym aspektem w tych studiach jest wytworzenie zaufania oraz bezpiecznej relacji pomiędzy człowiekiem, który zwraca się do nas o pomoc, a nami oraz wspieranie go w rozwiązywaniu jego problemu zdrowotnego.

**Jakie masz plany po ukończeniu studiów?**

Po ukończeniu studiów planuję realizować się w wybranym przez mnie zawodzie i pracować z osobami borykającymi się z chorobami reumatycznymi. Uważam, że jest to ciekawa dziedzina ze względu na specyfikę owych chorób. Mam nadzieję, że dzięki temu będę mogła nawiązać relację opartą na zaufaniu, na której zależy mi najbardziej.



**MARTYNA  
JABŁONKA**

**Skąd pomysł na studiowanie tego kierunku?**

Od najmłodszych lat grałam w piłkę nożną, która jest kontuzjogennym sportem. Z tego powodu miałam częsty kontakt z fizjoterapią i tak zaczęła się ta przygoda.

**Co jest na tych studiach najtrudniejsze?**

Największą trudnością było dla mnie przejście z zajęć stacjonarnych na wykłady zdalne w trakcie pandemii.

**Jakie masz plany po ukończeniu studiów?**

Na moim kierunku jest duży wachlarz możliwości, jednak zamierzam rozwijać moje zainteresowania w kierunku pediatrii.



**ZUZANNA  
TRAWIŃSKA**

**Skąd pomysł na studiowanie tego kierunku?**

Odkąd pamiętam, interesowała mnie medycyna, a w szczególności anatomia człowieka. Bardzo ciekawił mnie wpływ aktywności fizycznej na stan naszego zdrowia i ogólnego samopoczucia.

**Co jest na tych studiach najtrudniejsze?**

Nie najtrudniejsze, ale najbardziej wymagające jest przyswojenie dużej ilości wiedzy z różnych dziedzin – przykładowo z pediatrii, geriatrici lub kardiologii. Każdy z pacjentów znajduje się w innym stanie, ma inne potrzeby i wymagania, a my musimy dopasować znane nam metody tak, żeby były jak najbardziej skuteczne.

**Jakie masz plany po ukończeniu studiów?**

Chciałabym otworzyć własny gabinet fizjoterapeutyczny zajmujący się uroginekologią kobiet i mężczyzn. W tym celu będę musiała wziąć udział w wielu kursach dotyczących tego tematu. Na ten moment takie kursy są niestety płatne, dlatego planuję pracę u innego specjalisty w tej dziedzinie.



# ADOPTUJ!



*Upsa*



FOT. LAURA ZIMNIK

*Lesi*



**MIEJSKIE SCHRONISKO  
DLA BEZDOMNYCH ZWIERZĄT W OPOLU**

TEL. 77 45 45 902

MAJL: [KJEROWNIK@SCHRONJSKOWOPOLU.PL](mailto:KJEROWNIK@SCHRONJSKOWOPOLU.PL)