



REPUBLIKA Kobiet

Wizerunek modnej łodzianki
na łamach dzienników

1929-1939

Adam Drozdowski
Irmina Gadowska



REPUBLIKA KOBIET



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO



REPUBLIKA Kobiet

Wizerunek modnej łodzianki
na łamach dzienników

1929-1939

Adam Drozdowski
Irmina Gadowska

Adam Drozdowski (ORCID: 0000-0002-1611-2125)
Irmina Gadowska (ORCID: 0000-0001-8378-942X)
Uniwersytet Łódzki, Wydział Filozoficzno-Historyczny
Instytut Historii Sztuki, Katedra Historii Malarstwa i Rzeźby
90-131 Łódź, ul. Narutowicza 65

RECENZENCI

Ewa Letkiewicz
Michał Myśliński

REDAKTOR INICJUJĄCY

Natasza Grabowiecka

REDAKTOR WYDAWNICTWA UŁ

Piotr Pietrych

SKŁAD I ŁAMANIE

Munda – Maciej Torz

KOREKTA TECHNICZNA

Elżbieta Pich

PROJEKT OKŁADKI

Mateusz Gryzł

Zdjęcie wykorzystane na okładce pochodzi z archiwum rodzinnego Davida Lewisa

© Copyright by Authors, Łódź 2024

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2024

<https://doi.org/10.18778/8331-150-0>

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.09471.19.0.K
Ark. wyd. 15; ark. druk. 19,875

ISBN 978-83-8331-150-0

e-ISBN 978-83-8331-151-7

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-237 Łódź, ul. Matejki 34A
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. 42 635 55 77

Moim babciom i dziadkom – A. Drozdowski

Mojej babci Juliannie – I. Gadowska

SPIS TREŚCI

Od Autorów	9
Wstęp	11
Rozdział I	
W dekadzie kryzysu	29
Edukacja i praca	29
Kariera – małżeństwo – macierzyństwo	54
Działaczki	59
Rozdział II	
Nowe spojrzenie na ciało – wzorce kobiecości – świadomość własnego wizerunku	65
Od chłopczycy do wampa	65
Być jak Mae West... ..	67
Makijaż i pielęgnacja urody	70
W zaciszu własnego domu – racjonalna kosmetyka	71
Gabinety kosmetyczne i operacje plastyczne	75
Brunetki, blondynki... ..	79
Konkursy piękności	85
Rozdział III	
O producentach, projektantach, wzorach i modnych tkaninach	91
Zakłady przemysłowe	91
Przemysł i artyści	97
Perkaliki, len, jedwab i tkaniny syntetyczne	101
Rozdział IV	
Łodzianka na zakupach	117
Sklepy z konfekcją	120
<i>Dernier cri</i> ... Suknie od Maszkowskiej, Wigro, Zabłockiej i innych... ..	125
Rewie	133
Handel i polityka	136

Rozdział V	
Na co dzień i od święta czyli garderoba na dzień i noc	137
To czego nie widać...	137
Pończochy	143
Kostiumy	145
Sukienki	154
Płaszcz, bolerka i narzutki	161
Stroje wieczorowe	164
Karnawał, maskarady i bale	172
W czym do ślubu?	179
 Rozdział VI	
Mody sportowe	183
Ubrania sportowe	183
Ubrania do uprawiania sportów	192
Stroje plażowe i kąpielowe	194
Biały sport	208
Wyścigi i rajdy	210
Zimowe szaleństwa	216
 Rozdział VII	
Świat modnych dodatków. Kapelusze – buty – torebki i rękawiczki ..	221
Kapelusze, czyli „kwiat ubioru kobiecego”	221
Na nóżkach pięknej pani	236
Torebki i rękawiczki	242
 Rozdział VIII	
O futrach, biżuterii i sztucznych kwiatach	249
Futra stroją, futra radują, futra kuszą, futra rujną...	249
Biżuteria, klamerki, guziki, kwiaty...	258
 Zakończenie.....	279
Spis ilustracji	281
Bibliografia	291
Indeks nazwisk i pseudonimów	309

OD AUTORÓW

Moda nie jest objawem przypadkowym i dowolnym, nie jest objawem kaprysu czy twórczości jednostek, ale wypływa z ducha swego czasu¹.

W okresie międzywojennym, dzięki masowej produkcji odzieży, moda stała się dostępna dla ogółu społeczeństwa. Nowe materiały i technologie umożliwiające tworzenie skomplikowanych wzorów i projektów torowały drogę innowacyjnym i awangardowym rozwiązaniom. Oswobodzenie ciała z gorsetu, skrócenie długości spódnic i obcięcie włosów wpłynęły na modernizację damskiego ubioru i przyczyniły się do ukształtowania obrazu „nowoczesnej kobiety” – mobilnej, energicznej, samodzielnej i niezależnej². Zjawisko socjalizacji i emancypacji kobiet szczególnie widoczne jest w ośrodkach miejskich. Przedstawicielka klasy średniej sama zarabiająca na swoje utrzymanie, w wolnych chwilach spędzająca czas w kawiarni lub kinie z przyjaciółką, stała się bohaterką codziennej prasy, adresatką komunikatów reklamowych, czytelniczką kącików z poradami.

Republika kobiet. Wizerunek modnej łodzianki na łamach dzienników 1929–1939 to książka poświęcona mieszkankom metropolii w dekadzie zapoczątkowanej Wielkim Kryzysem a zakończonej wybuchem II wojny światowej. Nasza opowieść koncentruje się z jednej strony na charakterystyce lokalnego rynku, z drugiej – przedstawiamy to, co na temat najnowszych paryskich trenów przekazywały łodziankom dzienniki. O tym, że ulica chłonęła prezentowane w „kącikach modnej pani” nowinki ze świata *prêt-à-porter* i *haute couture* świadczą fotografie zachowane w prywatnych, rodzinnych archiwach, które wykorzystaliśmy jako ilustrację. Mając świadomość, że przedstawiony przez nas wizerunek modnej łodzianki jest zaledwie niedokończonym szkicem, wyrażamy nadzieję, że podjęta w książce problematyka doczeka się dalszych badań i zaowocuje odkryciami umożliwiającymi pełną rekonstrukcję historii łódzkiej mody w okresie międzywojennym. W tym miejscu pragniemy złożyć gorące podziękowania wszystkim instytucjom oraz osobom prywatnym (znajomym, przyjaciołom i nieznanym),

¹ J. Lange, *O modzie*, „Wieś i Dwór” 1912, z. V–VI, s. 29.

² K. Sierakowska, *Kobieta i mężczyzna*, [w:] *Metamorfozy społeczne. Społeczeństwo międzywojenne: nowe spojrzenie*, red. W. Mędrzecki, J. Żarnowski, Warszawa 2015, s. 171.

których życzliwość i zaangażowanie umożliwiły wydanie tej publikacji. Dziękujemy pracownikom Centralnego Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, Archiwum Państwowego w Łodzi, Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Łodzi, Archiwum Uniwersytetu Warszawskiego. Szczególnie wdzięczni jesteśmy Andrzejowi Bednarkowi, Ryszardowi Bonisławskiemu, Justynie Brodzkiej, Andrzejowi Bartowi, Andrzejowi Braunowi, Anecie Dalbiak, Wojciechowi Grochowskiemu, Michałowi Herynowskiemu, Eleonorze Jedlińskiej, Ruth Lewis, Dawidowi Lewis, Dominice Łarionow, Joannie Madalińskiej, Marcinowi Nowickiemu, Izabeli Ozdobińskiej, Julii Porzezińskiej, Sylwii Rycharskiej, Łukaszowi Sadowskiemu, Piotrowi Szczerbicowi, Rafałowi Szynclauerowi, Aleksandrze Szychman, Agnieszce Świątosławskiej, Elżbiecie Woldan-Romanowicz, Agacie Wereszczyńskiej, Milenie Wicypolskiej-Góralczyk, Berenice Wilkowskiej, rodzinie Karoliny Zdybickiej, Wspólnocie Mieszkanowej „Opolanka” w Gdyni. Na koniec chcielibyśmy podkreślić, że książka nie powstałaby gdyby nie wyrozumiałość i wsparcie Nataszy Grabowieckiej i Piotra Pietrycha z Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego.

WSTĘP

Jesteśmy bowiem jak kameleony. Zwycięskie kroczymy po ulicach miasta, młode i upojone wiosną³.

W dniach od 16 maja do 30 września 1929 roku odbyła się Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu, przygotowana dla uczczenia dziesięciolecia niepodległości Polski „Narodowi na pożytek, potomności ku nauce”⁴. W zamierzeniu inicjatorów i organizatorów wydarzenia, wystawa miała stanowić świadectwo sukcesów na drodze budowania stabilnej gospodarki w trudnej dekadzie lat 20. Istotnym aspektem przedsięwzięcia było wzmacnianie poczucia narodowej wspólnoty, czemu służył nie tylko przegląd osiągnięć rodzimego przemysłu, oświaty, administracji, ale także prezentacja kultury, sztuki i rzemiosła. Na ekspozycji nie zabrakło firm reklamujących wyroby włókiennicze, tekstylne, kosmetyczne. Osobny pawilon (nr 39), zaprojektowany z rozmachem przez Bohdana Pniewskiego⁵, przeznaczony był dla warszawskiego Domu Mody Bogusław Herse⁶. Publiczność

³ I. Norska, *O wiosnie, modzie, mężczyznach i wojnie*, „Głos Poranny” 1938, nr 146, dodatek „Numer Jubileuszowy X”, s. 20.

⁴ S. Wachowiak, *Wstęp*, [w:] *Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu*, t. 1, red. S. Wachowiak, Poznań 1930, s. XI.

⁵ Bohdan Pniewski (1897–1965) – urodzony w Warszawie polski architekt, przedstawiciel modernizmu. W okresie międzywojennym projektował m. in. budynki użyteczności publicznej (kompleks budynków Sejmu i Senatu oraz Gmach Ministerstwa Komunikacji w Warszawie, sanatorium Patria w Krynicy-Zdroju) oraz mieszkalne (willa Pniewskich, willa Muszyńskiego i Urbanowicza, kolonie „Słońce” na Mokotowie i „Strzecha Urzędnicza” na Żoliborzu). Po wojnie kontynuował działalność projektową, a także, jako profesor Politechniki Warszawskiej, zaangażował się w dydaktykę.

⁶ Dom Mody Bogusław Herse – warszawski, luksusowy dom mody, którego początki sięgają 1868 roku, kiedy bracia Bogusław Maciej, Adam Szczepan i Ferdynand Robert założyli „Handel Koronek i Towarów Białych oraz Magazyn Mód Bogusław Herse” z siedzibą przy ul. Senatorskiej 10. W 1899 roku firma przeniosła się do nowo wybudowanej kamienicy przy ul. Marszałkowskiej 150, gdzie już pod nowym szyldem, w luksusowo urządzonej wnętrzach oferowała klientkom najświeższe paryskie i wiedeńskie kreacje, modne dodatki i galanterię. Dom mody Bogusław Herse znany był z wysokiej jakości usług oraz nowoczesnych metod promocji, np. w okresie międzywojennym dostarczał

mogła oglądać tam „pokaz najnowszych pomysłów w dziedzinie mody na żywych modelach”⁷. Ubrania od Hersego nosiły najelegantsze Polki i Polacy, arystokracja, ziemiaństwo, damy z korpusu dyplomatycznego, przedstawiciele inteligencji, wielkowiejskiej burżuazji i popularni artyści, nie dziwi zatem fakt, że działająca od wielu dekad firma została przez jury Wystawy uhonorowana Wielkim Złotym Medalem. Nagroda dla domu mody była wyraźnym sygnałem, że ubiór miał wymiar nie tylko indywidualny, kształtując wizerunek obywateli, dawał świadectwo kultury i zasobności państwa. Luksusowy charakter modeli od Hersego wykluczał z kręgu nabywców osoby o mniej zasobnych portfelach, jednak na poznańskiej wystawie znalazły się także wyroby wytwarzane fabrycznie, na masową skalę – dostępne dla odbiorców o przeciętnych zarobkach. Bogatą ofertę przedstawiły między innymi firmy z Łodzi: duże zakłady włókiennicze oraz mniejsze przedsiębiorstwa handlujące gotowymi towarami (tkaninami, konfekcją, obuwiem). W specjalnym numerze łódzkiego dziennika „Ilustrowana Republika” poświęconym ekspozycji, obok artykułów opisujących sytuację w handlu, przemyśle czy służbie zdrowia, zamieszczono reklamy wybranych wystawców⁸.

Organizatorzy Powszechnej Wystawy zwrócili także uwagę na obecność w przestrzeni publicznej kobiet. Już na początku 1929 roku zawiązał się Komitet Wystawy Pracy Kobiet pod przewodnictwem Prezydentowej Michaliny Mościckiej i Marszałkowej Aleksandry Piłsudskiej. W odezwie *Do Polek!*, której celem było zachęcenie obywaterek do finansowego wsparcia budowy i urządzenia Pawilonu Pracy, można przeczytać: „Bądźmy wzorem solidarnej i ofiarnej gotowości w dokonaniu czynu, który ma zaświadczyć, czym była i jest kobieta w ogólnej twórczej pracy narodu”⁹. Komitet Główny ściśle współpracował z oddziałami terenowymi dążącymi do konsolidacji różnych stowarzyszeń kobiecych oraz sprzedającymi żetony jedno- i dziesięciozłotowe, z których dochód miał pomóc w realizacji zamierzonego projektu¹⁰. Ostatecznie na wystawie urządzono dwie odrębne

kostiumy na potrzeby krajowego przemysłu filmowego. W jego wnętrzach nakręcono jeden z ówczesnych hitów kinowych *Jego eksceleńcja subiekt* (1933). Marka promowała swoją ofertę za pomocą organizowanych w dużych miastach RP pokazów, a także regularnej publikacji reklam w prasie. Firma działała nieprzerwanie do końca lat 20. XX wieku. W kolejnej dekadzie, pogarszająca się na skutek kryzysu sytuacja finansowa oraz dwa pożary kamienicy, doprowadziły w 1936 roku do zamknięcia sklepu i sprzedaży nieruchomości. Więcej na ten temat zob. A. Dąbrowska, *Herse. Warszawski dom mody*, Warszawa 2019.

⁷ *Przewodnik po Powszechnej Wystawie Krajowej*, Poznań 1929, s. 46.

⁸ „Ilustrowana Republika. Numer Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu”, sierpień 1929, s. [27–28].

⁹ *Kobieta a Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu*, „Kurier Łódzki” 1929, nr 13, s. 10.

¹⁰ W skład łódzkiego Wojewódzkiego Komitetu Pracy Kobiet, weszły: Wanda Jaszczolt (przewodnicząca), Wanda Ładzina (wiceprzewodnicząca), Helena Ziemięcka (wicepre-

przestrzenie prezentujące dokonania kobiet. Był to, wspierany przez wspomniany wcześniej komitet, modernistyczny Pawilon Pracy Kobiet (nr 44)¹¹ autorstwa Anatolii Hryniewickiej-Piotrowskiej¹², z wnętrzem Zofii Trzcińskiej-Kamińskiej¹³, który „wpisywał się w emancypacyjny ton przedsięwzięcia uwytatniany przez organizatorki”¹⁴ oraz Pawilon Włościanek i Ziemianek (nr 89) według projektu Stanisława Mieczkowskiego¹⁵, o zachowawczej formie nawiązującej do architektury polskich dworów. Chociaż gospodynie obu pawilonów akcentowały swoje zaangażowanie „na polu społecznym, oświatowym, kulturalnym”¹⁶, urządzenie odrębnych, chociaż w gruncie rzeczy podobnych ekspozycji ujawniało rozdźwięk pomiędzy środowiskiem miejskim (bardziej radykalnym) i wiejskim (konserwatywnym). Kluczowe dla zrozumienia różnicy interesów pomiędzy obiema grupami było w tym przypadku słowo „praca” umieszczone tylko w nazwie jednego pawilonu. Przegląd międzywojennej prasy pozwala dostrzec, że podejmowana na łamach dzienników i magazynów tematyka kobieca koncentruje się w zasadzie na tych dwóch wzorcach: kobiety aktywnej w domu, wychowującej dzieci (porady), gotującej (przepisy), zaangażowanej w sprawy religijne oraz kobiety nowoczesnej – wykształconej, pracującej zawodowo, śmiało podejmującej wyzwania, często wyzwolonej obyczajowo¹⁷.

wodnicząca), E. Wagner (skarbniczka), Helena Peyser (sekretarka) oraz kierowniczkę poszczególnych sekcji: K. Skalska (sekcja pracy społecznej kobiet), Stefania Zbyszewska (sekcja przemysłu kobiecego zdobnictwa i sztuki czystej), A. Heinzel (sekcja finansowa), *Kobieta a Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu*, „Kurier Łódzki” 1929, nr 13, s. 10.

¹¹ Na temat pawilonu patrz więcej: Sz.P. Kubiak, „Nowy duch” w *Poznaniu: Pawilon Pracy Kobiet Anatolii Hryniewickiej-Piotrowskiej*, „Kwartalnik Architektury i Urbanistyki” 2009, t. 54, z. 4.

¹² Anatolia Hryniewicka-Piotrowska (1896–1989) – polska architektka, absolwentka Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej, żona architekta Romana Piotrowskiego (1895–1988).

¹³ Zofia Trzcińska-Kamińska (1890–1977) – polska rzeźbiarka, członkini artystycznych grup „Rytm” i „Młoda Sztuka”.

¹⁴ K. Rosiejka, *Dyskurs wokół zagadnienia pracy kobiet w dwudziestoleciu międzywojennym. Na przykładzie wypowiedzi towarzyszących Pawilonowi Pracy Kobiet oraz Pawilonowi Ziemianek i Włościanek na powszechnej Wystawie Krajowej w Poznaniu*, „Sztuka i Dokumentacja” 2016, nr 15, s. 19.

¹⁵ Stanisław Mieczkowski (1875–1940) – polski architekt, absolwent Wydziału Architektury Politechniki w Berlinie.

¹⁶ *Przewodnik po Powszechnej Wystawie Krajowej*, s. 66.

¹⁷ O zagadnieniach poruszanych na łamach prasy adresowanej do kobiet zob.: Z. Sokół, *Z badań nad polską prasą kobiecą w latach 1918–1939*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej” 1983, nr 3; J. Chwastyk-Kowalczyk, „Bluszcz” w latach 1918–1939. *Tematyka społeczna*

W międzywojennej Łodzi zagadnienie obecności i aktywności kobiet w przestrzeni publicznej przedstawia się szczególnie ciekawie ze względu na lokalną sytuację gospodarczą, stosunki społeczne, zróżnicowanie etniczne i religijne mieszkańców. W XIX wieku istotnym czynnikiem determinującym rozwój i kształtującym strukturę demograficzną miasta było jego włączenie do rządowych planów utworzenia włókienniczego okręgu przemysłowego. Do końca stulecia, dzięki rozkwitowi przemysłu i migracji ludności, niewielka osada nad Łódką stała się ważnym ośrodkiem produkcji i handlu tkanin, zaopatrującym rynki wschodnie. Pomyślnie perspektywy dalszego rozwoju ograniczył wybuch I wojny światowej – zniszczenia infrastruktury komunikacyjnej, rekwizycja surowców i maszyn przez niemiecką armię doprowadziły do dewastacji lokalnego przemysłu¹⁸. W początkach II Rzeczypospolitej sytuacja ekonomiczna Łodzi, podobnie jak innych polskich miast była trudna. Niedobory surowców i pogłębiająca się inflacja utrudniały przywrócenie produkcji w wymiarze sprzed 1914 roku. Pomimo niekorzystnych zmian związanych z utratą rynków wschodnich i zniszczeniami wojennymi, w okresie międzywojennym przemysł włókienniczy wciąż miał kluczowe znaczenie dla miasta i jego ludności. Fakt ten potwierdza wysoki odsetek łódzian zatrudnionych w tym sektorze¹⁹. U progu lat 20. kondycja finansowa większości dużych zakładów przemysłowych była zła, niektóre znajdowały się w stanie likwidacji lub upadłości. Sprzyjało to małym i średnim firmom, które w innych warunkach nie miałyby szansy z nimi konkurować. W przeciwieństwie do wcześniejszego okresu, gdy produkcja ukierunkowana była na rynki zewnętrzne, w niepodległej Rzeczypospolitej postulowano zaspakajanie potrzeb krajowych.

Wśród zatrudnionych w przemyśle łódzkim dominowały kobiety, co – jak się wydaje – powinno sprzyjać procesom emancypacji ponieważ praca była postrzegana jako ten rodzaj aktywności, który gwarantował partycypację w życiu społecznym. W rzeczywistości otrzymywane przez robotnice płace często nie pozwalały na zaspokojenie podstawowych potrzeb. Grupa ta, choć obecna w przestrzeni publicznej, miała ograniczony dostęp do kultury elitarnej i (przynajmniej do

oraz *problemy kultury i literatury*, Kielce 2003; K. Łozowska-Marcinkowska, *Sprawy niewieście. Problematyka czasopism kobiecych Drugiej Rzeczypospolitej*, Poznań 2010.

¹⁸ Więcej na ten temat zob.: R. Gawiński, *Dewastacja przemysłu włókienniczego okręgu łódzkiego w czasie pierwszej wojny światowej i sprawa odszkodowania*, „Przegląd Historyczny” 1964, z. 1; M. Hertz, *Łódź podczas Wielkiej Wojny*, [w:] *Bezbronne miasto. Łódź 1914–1918*, oprac. J. Kusiński, Łódź 2014, s. 222–226.

¹⁹ Na przykład w 1936 roku aż 82% mieszkańców stanowili włókniarze (i włóknarki). Więcej na ten temat, zob. *Mały Rocznik Statystyczny Miasta Łodzi 1936*, red. E. Rosset, Łódź 1938, s. 126–127; K. Badziak, M. Łapa, *Bilans rozwoju Łodzi międzywojennej na polu przemian ekonomicznych, zmian ludnościowych i kształtowania się infrastruktury miejskiej*, [w:] *Łódź w 1939 roku*, red. T. Toborek, P. Waingertner, Łódź 2011, s. 31.

lat 20.) znikomą możliwość edukacji i intelektualnego rozwoju. Robotnice nie były także głównymi adresatkami oferty handlowej sklepów z odzieżą i konfekcją czy salonów kosmetycznych. W zróżnicowanej klasowo i narodowościowo strukturze mieszkanki miasta ważniejszą rolę, jako konsumentki, odgrywały przedstawicielki klasy średniej, inteligencji i zamożnej burżuazji. Będąc osobami lepiej wykształconymi i zamożniejszymi (przy czym należy pamiętać o znacznych dysproporcjach w zasobach finansowych w obrębie tej grupy), aktywnie włączały się w nurt wymiany towarów. Kreując swój wizerunek m.in. poprzez wybór określonego ubioru, fryzury i makijażu, stały się głównymi odbiorczyniami komunikatów reklamowych, artykułów o modzie i stylu życia, zamieszczanych w magazynach i codziennej prasie. Dziś to właśnie gazety codzienne ukazujące się do 1939 roku stanowią szczególnie cenne źródło informacji na temat mieszkanki miasta. Promowany na ich łamach wizerunek łodzianki jest interesujący pod wieloma względami, także dlatego, że żaden z publikowanych w okresie międzywojennym tytułów nie był wydawany ani redagowany przez kobiety (co nie było niczym szczególnym na tle całego kraju), w związku z tym należy jednak pamiętać, że drukowane w codziennej prasie teksty przeważnie prezentowały męski punkt widzenia, nawet jeśli dotyczyły zagadnień kobiecych. Wśród współpracowników łódzkich dzienników można oczywiście znaleźć także redaktorki i autorki. Na ogół odpowiedzialne były one za artykuły poświęcone pielęgnowaniu urody, modzie, poradom dla gospodyń, chociaż zdarzały się odstępstwa od tej reguły, np. teksty Marii Przedborskiej²⁰ publikowane w „Głosie Porannym”, opisujące trudną sytuację robotnic, poruszające problem ich wykorzystywania seksualnego czy aborcji²¹. Koncern „Republika” zatrudniał na etacie dziennikarkę Irenę Weiss, jednak nie podpisywała ona swoich artykułów imieniem i nazwiskiem. Dla „Głosu Porannego” pracowała Dorota Wassercug, członkini zarządu Syndykatu Dziennikarzy Łódzkich. W dzienniku, którego współzałożycielem, udziałowcem i naczelnym redaktorem był jej brat Gustaw, zamieszczała artykuły o lekkiej tematyce, jak relacja z podróży do Palestyny czy moda, pełniła także funkcje

²⁰ Felicja Maria Przedborska (1888 – 1940/1944) – urodzona w Łodzi córka lekarza i społecznika Ludwika Przedborskiego i Perli (Pauliny) z domu Kon. Nauczycielka, poetka, działaczka społeczna. Członkini zarządu Towarzystwa Krzewienia Oświaty, inspektorka pracy, autorka cyklu poetyckiego *Wśród kominów Łodzi*, publikowanego na łamach „Głosu Porannego”; w czasie II wojny światowej prawdopodobnie przebywała w warszawskim getcie. Data i miejsce śmierci nieznane.

²¹ M. Przedborska, *Samowola majstrów wobec robotnic*, „Głos Poranny” 1932, nr 106, „Dodatek Społeczno-Literacki”, s. 2–3; M. Przedborska, *Na butelki z kwasami żrącymi należy odpowiedzieć wzmocnieniem propagandy świadomego macierzyństwa*, „Głos Poranny” 1934, nr 15, s. 10; M. Przedborska, *Robotnica łódzka w świetle faktów i wspomnień*, „Głos Poranny” 1938, nr 146, Numer Jubileuszowy, s. 14.

redaktorki dodatku dla dzieci „Mój Głosik”. Na łamach tej samej gazety ukazywały się felietony poświęcone miastu i tematyce kobiecej pióra Izy Norskiej – żony Henryka Kronmana, dziennikarza i współwłaściciela pisma. Redakcją „Kurieria Łódzkiego” zajmowała się m.in. Leokadia Stypułkowska, członkinią zespołu redakcyjnego była Janina Sawicka. Jej nazwisko, wymiennie z pseudonimem „Jotsaw”, pojawiało się przy tłumaczeniach francuskich powieści oraz pod krótkimi artykułami o tematyce obyczajowej. Pod koniec lat 30. z działem literackim pisma współpracowała Stefania Skwarczyńska.

Pielęgnacja urody, opieka nad dziećmi czy zaangażowanie w pomoc społeczną to obszary społecznie akceptowanej kobiecej aktywności. Trudno zatem nie zauważyć, że przypisanie rubryk o określonym charakterze właśnie kobietom, utrwalало w gruncie rzeczy ich stereotypowe postrzeganie jako osób, którym obca jest refleksja o rzeczywistych problemach współczesnego świata. Z drugiej strony w codziennej prasie chętnie drukowano informacje o osiągnięciach kobiet na polu medycyny, nauk ścisłych, sztuki, literatury i sportu, co miało pokazywać czytelnikom, że wyjście poza usankcjonowane tradycją role matek i żon, ograniczonych w swych działaniach do przestrzeni domu i jego okolic, jest jednak możliwe. Z pozoru błahe kwestie, jak: w co się ubrać?, jak o siebie dbać?, jak spędzać wolny czas?, miały dużo większe znaczenie, niż mogłoby się wydawać na pierwszy rzut oka. Modowe trendy wpływały na rozwój przemysłu kosmetycznego, produkcję włókienniczą, eksport i import określonych towarów, ruch turystyczny, czytelnictwo, naukę języków itd. Zmieniająca się moda i styl życia w najbardziej widoczny i bezpośredni sposób odzwierciedlały potrzeby kobiet w modernizującym się społeczeństwie.

W latach 30. XX wieku szeroko rozumiana tematyka kobieca obejmująca różne zagadnienia – od prawnych po kwestie ubioru – pojawiała się przede wszystkim na łamach czterech największych łódzkich gazet: „Ilustrowanej Republiki”, „Głosu Porannego”, „Kurieria Łódzkiego” i „Neue Lodzer Zeitung”²². „Ilustrowana Republika” ukazywała się od 1923 do 1939 roku²³. Publikowała informacje z kraju i zagranicy oraz wiadomości lokalne, artykuły poruszały problematykę gospodarczą, polityczną i społeczną, relacjonowały wydarzenia kulturalne i sportowe. Głównym adresatem dziennika były kręgi przemysłowo-handlowe, klasa średnia i inteligencja. Ze względu na duży nakład (do 30 tys. egzemplarzy) i liczne grono odbiorców, redakcja starała się prezentować czytelnikom ważne kwestie społeczne jak ubóstwo, prostytucja, aborcja czy walka o równouprawnienie kobiet. Teksty poświęcone ubiorom ukazy-

²² W dwóch największych jidyszowych łódzkich dziennikach wydawanych do 1939 roku, „Najer Folksblat” i „Lodzer Togblat”, nie było rubryk poświęconych modzie.

²³ W latach 1923–1925 gazeta wychodziła pod tytułem „Republika”. Więcej o koncernie prasowym Republika zob. R. Urbaniak, *Z dziejów prasy łódzkiej – „Republika” 1923–1925*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Historica” 2008, nr 82, s. 41–69.

wały się nieregularnie w „Kąciku dla Pań” lub w zajmującym całą stronę dziale „Świat mody”²⁴. Opisy kreacji ilustrowane były żurnalowymi szkicami, a w latach 30. także czarno-białymi fotografiami. Lepszej jakości zdjęcia drukowano w „Panoramie. Ilustrowanym Dodatku Tygodniowym »Republiki«”²⁵. Relacje z paryskich, rzadziej – wiedeńskich, pokazów mody, szczegółowa charakterystyka wybranych modeli czy porady, w jaki sposób komponować elegancką garderobę, sygnowane były francuskimi imionami – najczęściej: „Irene” i „Celine”²⁶, które można znaleźć także w działach mody innych gazet. Nie udało się ustalić, czy były to pseudonimy pracowników pisma; bardziej prawdopodobne wydaje się, że dziennik zamieszczał przekłady tekstów publikowanych na łamach zagranicznych magazynów. O tym, że tłumaczono je na język polski mogą świadczyć liczne omyłki. Wspominano na przykład suknie od Schiaparellego²⁷ albo informowano, że Patou²⁸ zaprojektowała wyjątkowy kostium. Niekiedy artykuły w tytule lub we wstępie poprzedzającym charakterystykę paryskich modeli nawiązywały do lokalnego kontekstu. Autorka (lub autor) tekstu *Przed wyjazdem na lato. Piękne łodzianki uzupełniają swoją garderobę*, bezpośrednio określa bohaterki a zarazem adresatki felietonu. W dalszej części pisze o produkcji łódzkich fabryk, które w sezonie wypuściły „dużą ilość lekkich, powiewnych i delikatnych tkanin”²⁹. Figurujący pod tekstem skrót „Ir.” może (ale nie musi) wskazywać na autorstwo Ireny Weiss, zatrudnionej w koncernie „Republika”.

Tematyka poruszana na łamach „Głosu Porannego” – „dziennika społecznego, politycznego i literackiego” – ukazującego się w latach 1928–1939 była podobna jak w „Ilustrowanej Republice”. Moda (ubiór) i porady znajdowały się w dziale „Kącik Piękną Pani”. Pod artykułami o aktualnych tendencjach *haute couture* i *prêt-à-porter* pojawiały się przeważnie dobrze znane podpisy „Irene” i „Celine”, rzadziej „Henriette”, „Anita” i in. W nielicznych przypadkach teksty sygnowała imieniem i nazwiskiem konkretna osoba, na przykład Stefanie Strizek – znana tłumaczka, autorka przekładów polskiej literatury na język niemiecki³⁰, czy wspomniana już wcześniej

²⁴ Po raz pierwszy strona poświęcona modzie pojawiła się w „Republice” w lutym 1924 roku. Funkcję kierownika działu pełnił wówczas Aleksander Temir.

²⁵ W latach 30 nazwa dodatku była modyfikowana.

²⁶ Oba te imiona poprawnie w języku francuskim zapisuje się z akcentami: Irène, Céline, które w podpisach w „Ilustrowanej Republice” nie zawsze są zachowane.

²⁷ Elsa Schiaparelli (1890–1973) – włoska projektantka mody, pracująca w Nowym Jorku i Paryżu. Związana z dadaistami i surrealistami.

²⁸ Jean Patou (1887–1936) – francuski projektant mody.

²⁹ Ir., *Przed wyjazdem na lato. Piękne łodzianki uzupełniają swoją garderobę*, „Ilustrowana Republika” 1930, nr 141, „Dodatek Literacko-Naukowy”, s. [5].

³⁰ S. Strizek, *Wielki dzień u Wortha*, „Głos Poranny” 1938, nr 348, dodatek „Rewia Ilustrowana Tygodniowa”, nr 50, s. 13. W tym przypadku mamy prawdopodobnie do czynienia z przedrukiem.

Dorota Wassercug, która w „Ilustrowanej Rewii Tygodniowej” – dodatku specjalnym „Głosu” z 6 stycznia 1935 roku opublikowała wywiad z kierowniczką salonu sukien – panią Hanką na temat modowych trendów w sezonie³¹. „Głos Poranny. Dodatek Ilustrowany” zawierał ciekawostki ze świata, fotografie znanych osobistości, w tym polityków, gwiazd kina i teatru. Atrakcyjna okładka przyciągała czytelniczki, które na zdjęciach aktorek czy modelek mogły podpatrzeć najnowsze kreacje.

„Kurier Łódzki”, wydawany od 1919 roku (wówczas jako „Kurier Łódzki Ilustrowany”), był „dziennikiem narodowym, polityczno-społeczno-literackim, wyznającym idee demokratyczne”³². W latach 30. gazeta należała do najchętniej czytanych w Łodzi, a jej nakład sięgający 40 tysięcy czynił wydawnictwo największą konkurencją dla „Ilustrowanej Republiki”. Na łamach dziennika często poruszano zagadnienia związane z sytuacją kobiet, natomiast kwestie ubioru i pielęgnacji znalazły swoje miejsce w rubryce „W krainie mody” publikowanej w numerze niedzielny. Pod tekstami relacjonującymi najnowsze trendy najczęściej podpisywała się „Ariadna”. Porady i pozostałe relacje pozostawały anonimowe, poza nielicznymi wyjątkami, jak np. artykuł *Nowe fryzury a kosmetyka*, sygnowany inicjałami „N.J.”³³. Od 1924 roku „Kurierowi” towarzyszył niedzielny dodatek „Łódź w Ilustracji” zawierający czarno-białe fotografie z odbywających się w mieście uroczystości i spotkań, wydarzeń religijnych czy interesujących miejsc, ale także zdjęcia ze świata i podobizny gwiazd filmowych.

W ukazującym się w latach 1902–1939 dzienniku „Neue Lodzer Zeitung”, tematyka modowa pojawiała się w niedzielny dodatek „Frauen Beilage der »Neue Lodzer Zeitung«” pod hasłem *Frau und Heim*. W pozostałe dni tygodnia o modzie pisano okazjonalnie, np. relacjonując odbywające się w mieście rewie, w niektórych numerach publikowano także ryciny nowych modeli opatrzone krótkimi komentarzami. Komunikaty stanowiły zarazem reklamę księgarni Gustawa Edwarda Rupperta przy ul. Głównej 21 (obecnie: al. Piłsudskiego), oferującej klientkom wykroje prezentowanych strojów. Inne dodatki: „Illustrierte Sonntags-Beilage”, „Illustriertes Sonntagsblatt”, „Illustriertes Wochenblatt” czy „Die Welt im Bilde” również zamieszczały krótkie teksty o modzie oraz zdjęcia najnowszych kreacji prezentowanych przeważnie przez znane modelki³⁴.

³¹ D. Wasercuzanka, *Rewia mody 1935. Rozmowa z kierowniczką pracowni sukien*, „Głos Poranny” 1935, nr 6, dodatek „Ilustrowana Rewia Tygodniowa”, nr 1, s. 13.

³² *Od wydawnictwa*, „Kurier Łódzki Ilustrowany” 1919, nr 1, s. 1. Więcej na temat tego dziennika, zob. L. Olejnik, *Z dziejów prasy łódzkiej. „Kurier Łódzki” i „Echo” – wydawnictwa Jana Stypułkowskiego (1919–1939)*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Historica” 1995, nr 52, s. 143–162.

³³ N.J., *Nowe fryzury a kosmetyka*, „Kurier Łódzki” 1938, nr 288, s. 11.

³⁴ Więcej na ten temat zob. M. Kucner, *Wizerunek nowoczesnej kobiety na łamach niemieckojęzycznych dodatków beletrystycznych do „Neue Lodzer Zeitung” w Łodzi w okresie międzywojennym*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Germanica” 2022, nr 16, s. 121–134.



1. Okładka prezentująca amerykańskie „manekiny”, czyli modelki