

*Monika Kucner**

**WIZERUNEK NOWOCZESNEJ KOBIETY NA ŁAMACH
NIEMIECKOJĘZYCZNYCH DODATKÓW BELETRYSTYCZNYCH
DO „NEUE LODZER ZEITUNG” W ŁODZI W OKRESIE
MIĘDZYWOJENNYM**

**THE IMAGE OF A MODERN WOMAN IN THE GERMAN SUPPLEMENTS
OF MAGAZINE IN LODZ IN THE INTERWAR PERIOD**

(Summary)

Supplements to German newspapers in Lodz in the interwar period promoted an extremely modern type of woman, in line with the latest world trends. German magazines „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung” and „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung” registered changes in lifestyle and propagated them among Lodz readers. The fashion promoted by Lodz accessories and lifestyle did not differ in any way from the latest European and world models. It was an expression of striving for modernity, for changing the way of thinking not only about women, but about the whole society. Introducing modern ideas into magazines resulted in the dissolution of old and obsolete forms.

Keywords: woman, papers, magazine, fashion, interwar period, modernity emancipation.

I wojna światowa spowodowała wiele zmian cywilizacyjnych. W jej wyniku nastąpiła całkowita transformacja obyczajów oraz społecznej roli kobiety (Sierakowska 2021). W 1918 roku kobiety zyskały równouprawnienie w sferze politycznej¹, wyzwoliły się spod męskiej dominacji, co stało się pierwszym krokiem

* Univ.-Prof. Dr. habil. Monika Kucner, Universität Łódź, Institut für Germanische Philologie, Pomorska 171/173, 90-236 Łódź. E-Mail: monika.kucner@uni.lodz.pl

¹ II Rzeczpospolita znalazła się w okresie międzywojennym wśród państw europejskich, które zrównały polityczne prawa mężczyzn i kobiet. Były to Dania i Islandia (jeszcze w czasie wojny 1915), Rosja, Holandia (czynne prawo wyborcze w 1917 r., bierne – w 1919 r.), Niemcy i Wielka Brytania, gdzie jednak do 1928 r. wyborczynie obowiązywał cenzus wieku (ukończone 30 lat), Luksemburg (1919), Szwecja (1919), Czechosłowacja (1919), Węgry (1920), całe Stany Zjednoczone (1920), Belgia (1921), Portugalia (1931) oraz Hiszpania (1933).

do kobiecej ekspansji we wszystkich dziedzinach życia, a w szczególności tych, które do tej pory były domeną mężczyzn. Kobiety przewartościowały swoje potrzeby, stały się pewne siebie i uzyskały status coraz bardziej niezależnych jednostek. Dom i rodzina przestały być jedynymi obszarami, w których chciały się realizować. Kobiety zaczęły pracować zawodowo, zdobywały wykształcenie, prowadziły samochody, chodziły do kina, grały w golfa czy tenisa. Fakt ten miał znaczący wpływ na zmiany w sposobie ubierania się i stylu bycia. W okresie międzywojennym kobiece ubiory stały się wyrazem nowoczesnego podejścia do życia i sztuki. Okres ten charakteryzował się postępową modą, która diametralnie odbiegała od wcześniejszych standardów i tradycyjnych wzorów piękna. Zmiana wyglądu kobiet była początkiem modowej rewolucji. W międzywojniu moda zrobiła milowy krok w stronę nowoczesności (Bertschik 2005; Boucher 2009; Żebrowska 2019).

Zmiana statusu społecznego kobiet spowodowała, że styl ubierania dostosował się do nowych potrzeb użytkowych i estetycznych. Ubiór stał się wygodny i funkcjonalny, umożliwiał sprawne i dynamiczne poruszanie się w nowej, powojennej rzeczywistości. Nowe możliwości stworzyła rewolucja w sposobie produkcji tkanin, która znacząco wpłynęła na obniżenie ich cen. Modne ubrania przestały być tylko i wyłącznie domeną elit. Wiele kobiet, już nie tylko z wyższych warstw społecznych, chciało żyć według własnych zasad i emanować swoją wolnością w każdym możliwym wymiarze. Moda stała się demokratyczna, objęła swym zasięgiem całe społeczeństwo. Nie była już oznaką statusu społecznego, lecz środkiem autokreacji jednostki. Wzorce podsuwała kultura popularna, a w szczególności kino, gazety, reklama, sport. Ilość inspiracji, które dostarczały ówczesne media, była tak duża, że jednostka swobodnie mogła kreować własny obraz. Z pewnością łatwiej było modelować tę indywidualistyczną autokreację w wielkim mieście, które dostarczało wielu bodźców niż w małym prowincjonalnym miasteczku, gdzie nowinki z różnych dziedzin życia docierały z dużym opóźnieniem (Wilson 1985).

Okres wszelkich zmian po I wojnie światowej był dość dużym wyzwaniem dla wielokulturowej i wielonarodowej Łodzi. Już w drugiej połowie XIX wieku miasto było jednym z najdynamiczniej rozwijających się miejsc w Europie, które można uznać za ikoniczny przykład miasta intensywnie modernizującego się. W ciągu zaledwie kilkudziesięciu lat z niewiele znaczącej osady, o charakterze rolniczym przeobraziła się w ogromny, wielokulturowy, tętniący życiem ośrodek przemysłowy, w którym widoczne były skutki gwałtownej industrializacji: złe opłacane masy robotnicze, ogromne różnice społeczne, które pociągały za sobą różne konflikty, poza tym niski poziom aspiracji edukacyjnych i kulturalnych mieszkańców.

Pod względem liczby mieszkańców miasto zajmowało drugie miejsce w Polsce. Według wyników powszechnego spisu ludności z 1921 roku w mieście żyło 451 974 osób, z czego ponad połowa ludności była zatrudniona w przemyśle.

W 1931 roku liczba ta wzrosła do 604 629, również w latach 30. ponad połowa pracujących była zatrudniona w przemyśle. Podobnie, jak w okresie najintensywniejszego rozwoju przemysłowego, materialne warunki mieszkańców Łodzi były niezwykle trudne. Miały na nie wpływ duże wojenne straty w przemyśle, spowodowane grabieżczą polityką okupanta niemieckiego. Poza tym ogromne znaczenie miał duży stopień bezrobocia, niskie płace oraz szerzący się w tym czasie na skalę światową kryzys gospodarczy. Tak więc okres powojenny w Łodzi upływał pod znakiem nadrabiania wszelkich cywilizacyjnych zapóźnień. Warto podkreślić, iż przez cały ten czas Łódź była miastem kobiet. Stanowiły one niezwykle liczną grupę społeczną. Według badań w styczniu 1918 roku na 100 mężczyzn przypadało 136 kobiet. W latach kolejnych wprawdzie wartości te zbliżały się do siebie, to jednak przez cały okres międzywojenny było więcej kobiet niż mężczyzn. Kobiety zatrudnione były głównie w przemyśle włókienniczym. Ich poziom wykształcenia był niski, 2/3 z nich nie potrafiło czytać ani pisać (Koter, Kulesza, Puś, Pytlas 2005).

Mimo iż kobiety otrzymały prawa wyborcze, to społeczeństwo okresu międzywojennego w Polsce było w większości konserwatywne (Dufurat 2020). Cały czas widoczne było w przestrzeni publicznej tradycyjne myślenie o roli kobiety w społeczeństwie oraz podziały na to, co kojarzy się z domeną męską i kobiecą. Taka retoryka podziału sprzyjała utrzymywaniu uprzedzeń wynikających z panujących stereotypów i utwierdzała opinię publiczną w przekonaniu, że dotychczasowa rola kobieca jest jedyną słuszną (Dufurat 2020).

Nie należy jednak sądzić, że kobiety w tym czasie nie były zainteresowane zmianami w dotychczasowym stylu życia i nie wyrażały zainteresowania najnowszymi wzorcami, które opanowywały sporą część świata. Niezwykle ważnym medium w propagowaniu nowego stylu życia, swoistym nośnikiem nowoczesności były w okresie międzywojennym gazety, które na swoich łamach pokazywały kobietom aktualne trendy światowe w różnych dziedzinach życia. Niezwykle ważnym elementem, który stał się nośnikiem nowych trendów, była moda, propagowana na łamach magazynów modowych. Do najbardziej popularnych tego typu gazet w świecie należały m.in. francuskie: „Gazette du Bon Ton”, „Modes et Manieres d’Aujourd’hui”, „Les Journal des Dames et des Modes”, „Supplement de Guide des Couturiers et la France”, „Elegante Reunis”, „El’Art et La Mode”, „El Illustration”, „Tauller de Lukse”, „Femina”, czy wydawany po dziś dzień w różnych krajach „Vogue”, poza tym brytyjskie „Ministers Gazette of Fashion”, „Modern Style and Fashionable”, „London Style”, „Confection moderne”, oraz niemiecka „Die Dame”, chętnie czytana przez Niemki mieszkające w Polsce.

Czasopisma modowe propagowały głównie modę kobiecą już od końca XVIII wieku. Przeważała w nich francuska moda. To ona przez długi czas wyznaczała trendy w całej Europie, nie mając praktycznie konkurencji. Burżuazja francuska, która po Wielkiej Rewolucji Francuskiej doszła do władzy, szybko zrozumiała, że moda może przynosić realne zyski, dlatego do promocji rodzimych

wyrobów wykorzystywano paryską prasę kobiecą². Zanim jednak pojawiły się gazety promujące modę, projekty ubrań prezentowały wystawiane w sklepowych witrynach lalki, ubrane w najmodniejsze ubrania, które raz na miesiąc wysyłano do wszystkich większych miast europejskich i Ameryki³ (Bulisz 2017).

Kiedy moda francuska podbijała świat i rozwijały się czasopisma ją promujące, Polska była pod zaborami. Z wiadomych więc względów sprawy mody ustępowały miejsca innym ważniejszym kwestiom – społecznym, politycznym czy gospodarczym. Propagowanie nowego stylu w ubiorze, a co za tym idzie nowego stylu życia, nabrało tempa w okresie międzywojennym, kiedy kraj odzyskał niepodległość. W 1926 wychodziło w Polsce 6 czasopism kobiecych a w 1935 było ich już 31 (Kowalczyk 2015; Paczkowski 1980).

Były to między innymi wydawany w latach 1927–1939 i wzorowany na zachodnich czasopismach „Przegląd Mody”, tygodnik „Kobieta Współczesna”, miesięcznik „Pani – czasopismo poświęcone eleganckiej kobiecie i jej otoczeniu”, „Przegląd Mody – Miesięcznik Ilustrowany, poświęcony modzie i sprawom kobiecym”, „Paryski Przegląd Mody – Miesięcznik poświęcony modzie i życiu kobiety”, „Przegląd Kobiety – Miesięcznik poświęcony modzie i aktualjom życia kobiecego”, „Moda – miesięcznik ilustrowany”. Pod egidą Towarzystwa Wydawniczego „Bluszczy” wydawane były takie czasopisma jak: „Bluszczy”, „Świat Dziewcząt”, „Młoda Matka”, „Kobieta w świecie i w domu”, „Ja to zrobię”, „To co najmodniejsze”, „Dziecko i matka”, „Życie kobiece”, „Kultura ciała” i „Modne roboty kobiece” (Paczkowski 1980). Gazety te zawierały niezwykle kolorowe ilustracje oraz francuskie plansze z modelami, które były pomocne krawcowym przy tworzeniu nowoczesnych ubiorów. W czasopismach tych znajdowały się nie tylko porady dotyczące ubioru, ale również wskazówki na temat m.in. prowadzenia i urządzania domu, spędzania wolnego czasu, haftowania czy gotowania⁴.

² *Historia mody*, red. M. Fogg, przeł. E. Romkowska, Warszawa 2016.

³ Czasopisma modowe zaczęły pojawiać się w Polsce w pierwszej połowie XIX wieku. Wzorem były dla nich francuskie periodyki, które były jednocześnie ogromną konkurencją, ponieważ zamożne arystokratki, czytające po francusku, preferowały oryginalne magazyny. Pierwszym polskim czasopismem poświęconym modzie był „Dziennik Mód Paryskich” (1840–1848), założony i prowadzony przez lwowskiego krawca Tomasza Kulczyckiego. Obok tego pisma na uwagę zasługuje też „Warszawianin. Tygodnik Mód” (1822), „Magazyn Mód. Dziennik przyjemnych wiadomości” (1835–1914), „Bazar” (1865–1866), „Dziennik Mód. Pismo dla Polek” (1872–1876) „Mody Paryżkie” [sic!] (1879–1883) i „Salon Paryski” (1879) a poza nimi pismo „Bluszczy” (1865–1938), które chociaż zaliczane jest do pism społeczno-kulturowych, to jednak ze względu na obszernie eksplorowaną tematykę modową śmiało mogłyby konkurować z czasopismami typowo modowymi.

⁴ Oprócz modowych czasopism istotną rolę w propagowaniu wzorów najnowszej mody odgrywały rewie, przedstawienia kabaretowe, a od połowy lat 20. coraz popularniejsze stawały się publiczne pokazy mody, organizowane przez domy mody. W Polsce w okresie międzywojennym funkcjonowały liczne, cenione domy mody w Warszawie. Polskie gwiazdy kina ubierały się m.in. w mieszczącej się przy ul. Chmielnej 24 pracowni *Ewelina*, czy pracowni *Ludwika* przy Nowym Świecie. Dużą popularnością cieszył się również Dom Mody Bogusława Hersego, przy ulicy Mar-

Na tym tle dość skromnie przedstawia się obraz prasy niemieckojęzycznej w Polsce w omawianym okresie. Jak wynika z badań Tadeusza Kowalaka przez cały ten czas dominowała prasa polityczna. W 1918 roku stanowiła aż 88,8% wszystkich ukazujących się tytułów, 2,7% to prasa zawodowa, tyle samo gospodarcza, 5,7% to pisma religijne, natomiast zaledwie pół procent to pisma kulturalno-oświatowe. Pod koniec tego okresu, w 1939 roku, znacznie przybyło tytułów czasopism o charakterze religijnym, ich liczba wzrosła do 34,6%, wzrost zanotowały pisma gospodarcze 12,1%, zawodowe 4,7% i kulturalno-oświatowe 10,3%, natomiast liczba pism politycznych zmalała do 38,3% (Kowalak 1971).

Wśród tych pism brak jest tytułów gazet poświęconych tylko i wyłącznie modzie. Nie oznacza to jednak, że kwestia mody i najnowszych trendów nie była obecna w niemieckojęzycznej prasie. Rolę pism modowych, choć oczywiście w ograniczonym stopniu, na ile pozwalała objętość pisma, przejęły dodatki beletrystyczne do gazet codziennych. Taka tendencja była widoczna na łódzkim rynku gazet niemieckojęzycznych.

Łódź, mimo ogromnego potencjału przemysłu włókienniczego, który rozwijał się na przełomie XIX i XX wieku, nie stanowiła centrum mody w żadnej skali. Poza produkcją bawełny i wełny, w Łodzi wyrabiano pończochy, tasiemki, wstążki jedwabne, płótno, watę i wiele innych. Produkcja ta miała głównie charakter masowy. Łódzkie fabryki produkowały dużo towarów, które trafiały na różne rynki zbytu, głównie na wschodzie. O ich jakości pisał w dość tendencyjny sposób w XIX wieku Władysław Reymont w „Ziemi obiecanej”, określając je „łódzką tandetą” (Reymont 1899). Materiały wątpliwej jakości nie mogły sprostać najnowszym trendom w modzie damskiej. Z oczywistych względów ubiory kobiece wymagały tkanin dobrych jakościowo, wytwornych, plastycznych, łatwo poddających się wszelkim obróbkom krawieckim. Ale zbyt dużym uogólnieniem byłoby twierdzenie, że w Łodzi nie produkowano tkanin dobrych jakościowo. Łódzkie fabryki produkowały również szlachetne tkaniny, które wygrywały międzynarodowe konkursy.

Mimo iż Łódź nie była centrum mody, to dokonująca się w zaskakująco szybkim tempie rewolucja w modzie była widoczna na łamach łódzkiej prasy niemieckojęzycznej, a w szczególności w dodatkach beletrystycznych. Najbardziej popularne z nich to wydawany w latach 1924–1926 dodatek „*Illustriertes Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung*“ oraz ukazujący się od 1927 aż do wybuchu II wojny „*Die Welt im Bild. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung*“ (Kaszubina 2005).

„*Neue Lodzer Zeitung*”, to gazeta ogólnoinformacyjna, która ukazywała się w Łodzi w latach 1902–1939. Redaktorami byli Aleksander Milker oraz Alexis Drowing. Uważana była za gazetę ugodową, stroniącą od wszelkich konfliktów narodowościowych. W czasie rewolucji 1905 roku pismo było organem pierw-

szałkowskiej 150. Powstające tam stroje były inspirowane modą z Paryża, Londynu i Wiednia. Prezentowano je w popularnych polskich magazynach modowych.

szej politycznej partii mniejszości niemieckiej w Królestwie Polskim – „Konstitutional-Liberale Partei Deutschsprechender”. Od początku swojego istnienia ukazywała się jako „Neue Lodzer Zeitung. Handels- und Industrieblatt”. Po 1910 roku zmieniła nazwę na „Neue Lodzer Zeitung”. Do tego czasu gazeta wychodziła dwa razy dziennie. Redakcja mieściła się przy ul. Piotrkowskiej 15. Gazeta zawierała dodatki: „Illustrierte Sonntags-Beilage“, „Illustriertes Sonntagsblatt“, „Illustriertes Wochenblatt“, „Lodzer Frauen Zeitung“ oraz „Welt im Bild“. W latach 1910–1920 ukazywał się co rok „Lodzer Informations- und Hauskalender”, zawierający artykuły dotyczące historii i kultury Łodzi. Po utworzeniu organizacji pod nazwą Deutscher Kultur- und Wirtschaftsbund in Polen (dalej DKuWB), reprezentującym ugodową linię polityczną, stała się jej organem prasowym. Władze okupacyjne zamknęły gazetę w 1939 roku.

Niemieckojęzyczne suplementy, które w ramach „Neue Lodzer Zeitung” prezentowały modę, nie są typowymi czasopismami modowymi, takich w Łodzi w okresie międzywojennym i wcześniejszym nie było. Nie świadczy to o tym, że kobiety łódzkie nie interesowały się modą. Bogate łódzianki mogły sobie pozwolić na zakup czasopism zagranicznych: niemieckich i francuskich, z których czerpały wiedzę na temat najnowszych trendów. Modne stroje, na które mogły sobie pozwolić, były wyznacznikiem ich statusu materialnego i społecznego. Górzej sytuacja wyglądała w przypadku przeciętnej kobiety, pracującej w fabryce lub zajmującej się tylko domem. Kwestia mody, ubioru nie była sprawą pierwszo-, drugo-, czy nawet trzeciorzędą. Ubiór spełniał przede wszystkim funkcję użytkową. Jego walory estetyczne, w obliczu trudnej sytuacji gospodarczej całego kraju, schodziły na plan dalszy (Jezierski, Leszczyńska 2013).

Komunikaty poświęcone modzie, które pojawiały się w łódzkich gazetach, wykazywały w pewien sposób pewne opóźnienie wobec doniesień modowych w pismach europejskich⁵. Te drugie miały przede wszystkim charakter informacyjny, służyły opisowi obowiązujących trendów, w dalszej kolejności publicystyczny, gdyż często zawierały rozbudowaną ocenę strojów. W swojej strukturze nawiązywały do takich gatunków jak wzmianki, notatki oraz artykuły, natomiast na poziomie pragmatycznym czerpały z relacji, felietonu, korespondencji oraz reklamy (Bulisz 2017). Na tym tle w w/w łódzkich czasopismach dominował przekaz ikonograficzny. Lokalni redaktorzy zamieszczali przede wszystkim fotografie modelek prezentujących ubrania, opatrzone wymownym tytułem, który był istotnym sygnałem aprobaty lub dezaprobaty danego stylu ubierania się. Wzmianki, notatki, czy artykuły były w mniejszości, choć nie oznacza to, że nie pojawiały się w ogóle.

⁵ Rozwój kolei, wzrost dobrobytu konsumentów, postęp technologiczny, rozwój druku litograficznego i ruchy emancypacyjne kobiet spowodowały, że w XVIII wieku we Francji nastąpił znaczny wzrost liczby gazet modowych. Pierwszym tego typu czasopismem był francuski magazyn „Le Cabinet des Mode” (1785–1793), kolejnym, który zyskał największą sławę w Europie w tym czasie był „Le Journal des Dames et des Modes” (1797–1839).

Modę prezentowano obok innych informacji dotyczących różnych dziedzin życia gospodarczego, kulturalnego, społecznego, rzadziej politycznego. Zarówno „Illustriertes Wochenblatt“, jak i „Die Welt im Bild“ skierowane były nie tylko do „wykształconych” kobiet, stąd wiele treści lekkich, salonowych, dostarczających rozrywki i tematów do konwersacji. Poza tym zamieszczano szarady, zapowiedzi wystaw i koncertów oraz plotki towarzyskie. Dużo miejsca poświęcano w nich najnowszym trendom w różnych dziedzinach życia społecznego, odkryciom naukowym, które ułatwiały życie kobietom. Ulubionym tematem były popularne wówczas górskie eskapady, podróżnicze eksploracje egzotycznych krajów. Ważną część stanowiła literatura – powieści w odcinkach, krótkie opowiadania, humoreski, poza tym szarady i humor. W porównaniu z suplementami, które ukazywały się w Łodzi przed I wojną światową, dodatki okresu międzywojennego były dość nowoczesne i starały się dorównać, w przekazywaniu nowinek, innym europejskim pismom.

W okresie międzywojennym w/w pisma zyskały ciekawą szatę graficzną, której znaczną część stanowiły liczne fotografie. Można powiedzieć, że w okresie międzywojennym fotografia była dominującym elementem okładki. Umieszczano na nich samochody, samoloty, zeppelin, statki oraz wizerunki pięknych kobiet, bardzo często ówczesnych hollywoodzkich gwiazd, czy laureatek konkursów piękności. Elementy te miały przyciągnąć szerszą rzeszę czytelników, którzy nie mieli jeszcze wyrobionych nawyków czytelnictwa.

Przyglądając się dokładniej zdjęciom najnowszej mody, którą prezentowały urodzive kobiety, należy podkreślić, że często umieszczano je pośrodku obszerniejszego tekstu, z którym tematycznie nie były powiązane. Taki zabieg miał uatrakcyjnić długi materiał, spowodować, że będzie się go łatwiej czytać. Oprócz krótkiego tytułu i zdjęcia, łódzkie czytelniczki, nie znajdowały nic więcej na temat mody. Tak więc obrazek modowy zastępował informację tekstową. Z dzisiejszej perspektywy możemy powiedzieć, że

„obraz jest mocniejszym i sugestywniej oddziałującym środkiem przekazu niż słowo, przy tym, pozornie tylko łatwiejszym w odbiorze. W fotografii dostrzeżono środek dostarczania informacji ludziom, którzy nie mają w zwyczaju regularnej lektury. Zdjęcie jest bowiem obiegowo uważane za bardziej autentyczne odwzorowanie rzeczywistości niż opis literalny, zaspokajające w pełni potrzebę weryfikacji zdarzenia opowiedzianego. Dla większości ludzi zobaczyć, znaczy tyle, co uwierzyć. Łączy się to z powszechnym przekonaniem, że fotografia nie kłamie. Z tego zaufania do obiektywności zdjęć czerpie swoją siłę fotografia prasowa⁶.

Mając na uwadze powyższe, należy zastanowić się, dlaczego łódzkie gazety stosowały w odniesieniu do mody głównie informację obrazkową. Z pewnością najważniejszym powodem jest fakt, że modę łatwiej pokazać za pomocą obrazu,

⁶ Cyt. za P. Ruta, *Fotografia prasowa. Wybrane aspekty praktyczne*. <http://www.sbc.org.pl/Content/20115/PDF/ruta.pdf> [dostęp: 20.12.2022].

gotowego modelu, niż opisywać tysiącem słów, tym bardziej, że ma ona służyć inspiracji dla zainteresowanych czytelniczek. Mniejsze znaczenie miał tu zapewne fakt wciąż dużego poziomu analfabetyzmu wśród kobiet. Materiał ikonograficzny, do którego mogłaby zajrzeć kobieta, która nie potrafiła czytać, pozwalałby jej na szybkie zorientowanie się w najnowszych trendach. Mogłoby mieć to duże znaczenie w obliczu ogólnego zjawiska umasowienia w latach 20. ubrań z kategorii tak zwanej mody wysokiej. Stroje zaczęły być dostępne w tej samej wersji dla masowego odbiorcy, dzięki czemu zacierały się różnice społeczne. Z tego też względu moda propagowana na łamach łódzkich czasopism mogła być przeznaczona nie tylko dla zamożnych kobiet, a gazeta w ten sposób poszerzyłaby grono swoich odbiorców, co byłoby w obliczu kolejnego zjawiska – umasowienia prasy – niezwykle ważne. Czy redakcja przyjęła taką strategię? To raczej wątpliwe, bowiem w przypadku Łodzi należy podkreślić, że niemieckojęzyczne gazety były skierowane przede wszystkim do wykształconych czytelniczek klasy średniej.

Jakiego typu ubrania promowały łódzkie dodatki beletrystyczne? Łódzkie czasopisma propagowały modę kobiecą, która w swojej estetyce uwzględniała wszelkie trendy zaprezentowane podczas międzynarodowej Wystawy Sztuki Dekoracyjnej (*Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*), która odbyła się w Paryżu w 1925 roku. Wystawa ta była niezwykle istotnym wydarzeniem w historii wzornictwa i sztuki, ponieważ wpłynęła na wypromowanie i spopularyzowanie nowych dziedzin życia oraz awangardowych kierunków w sztuce, które dotychczas marginalizowano. W tym okresie rozwinęło się malarstwo abstrakcyjne. Takie kierunki jak fowizm, kubizm, futuryzm, dadaizm zaczęły być doceniane przez odbiorców i twórców, którzy wykorzystywali zasady nowej sztuki w kreowaniu własnej formy i jej estetyzacji (Romecka-Dymek 2016).

Damskie ubiory, które lansowały łódzkie gazety w latach 20. i 30. XX wieku, uległy znacznemu uproszczeniu w porównaniu do poprzedniej epoki. Zarówno ich forma, jak i ostateczny kształt, stały się mocno zgeometryzowane, tym samym figura kobieca została pozbawiona okrągłych kształtów. Androgeniczna sylwetka chłopczycy zdobyła szerokie uznanie wśród kobiet. Stąd na zdjęciach łódzkie czytelniczki mogły inspirować się luźnymi sukienkami o obniżonym stanie, sięgającymi tuż za kolano. Odsłonięcie kobiecych nóg to najbardziej fundamentalna zmiana w porównaniu z epoką poprzednią. Ubiór charakteryzowała sztywna linia kubistyczna, która nadawała ubraniom kształt prostokąta⁷.

Okres, w którym przypadały różnorodne bale noworoczne, charytatywne, rauty, czy dancingi, których w Łodzi w okresie międzywojennym nie brakowało, poprzedzony był w prasie prezentacją ubrań odpowiednich na te okazje. W „roztańczonych latach dwudziestych” pojawiały się nowe fasony strojów balowych. Suknie wieczorowe miały prosty krój oraz spiczasto zakończone dekolty. Zawyczaj były pozbawione zapięć, bo zakładano je przez głowę. Bardzo często

⁷ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 12.02.1928, nr 7.

głębokie wycięcie znajdowało się na plecach. Dolna krawędź spódnicy przybierała fantazyjny zarys w formie wycięcia w „zęby”. Suknie szyto ze zwiewnych jedwabnych tkanin. Często składały się z dwóch warstw: lśniący spód prześwitywał przez koronkową czy szyfonową wierzchnią warstwę. Kreacje z rozmachem dekorowano frędzlami i piórami, zdobiono aplikacjami, haftem, cekinami, opalizującymi szklanymi paciorkami czy sztucznymi perłami. Te migoczące od ozdób kreacje znakomicie prezentowały się podczas popularnych żywiolowych tańców⁸.

Moda, którą prezentowały łódzkie gazety, wykazywała wyraźne związki ze sztuką. Takie też było ogólne dążenie ówczesnych artystów, a postulaty programowe nowych kierunków nawoływały do integracji sztuki z innymi dziedzinami życia. Było to wyrazem ogólnego trendu, by całe otoczenie człowieka, łącznie z odzieżą stało się wielkim manifestem sztuki, dlatego współpraca z awangardowymi twórcami i wpływy surrealizmu, a szczególnie futuryzmu, wniosły do mody nową estetykę. Na sztuki wzornicze oddziaływały m.in. fowizm, ekspresjonizm, kubizm, abstrakcja, neoplastycyzm, konstruktywizm, dadaizm, surrealizm. Największy wpływ na ogólną stylistykę i estetykę tego okresu wywarł kubizm, który wyróżniał się geometryzacją formy, szczególnie dobrze zauważaną w ubiorze, jego elementach, tkaninach, zdobieniach, akcesoriach, ale także i wystroju wnętrza, kształtach samochodu, grafice reklamowej, flakonach perfum. Trend ten wychwyliła i popularyzowała łódzka prasa. W 1927 roku w dodatku *Welt im Bilde* zamieszczono fotografię, która pokazywała ten najnowszy trend w kobiecej modzie plażowej, popularnej w słonecznej Kalifornii⁹.

Wdzięcznym obiektem sztuki kubistycznej stała się również biżuteria, wprowadzana niemal do wszystkich form geometrycznych. Prezentowane na łamach łódzkich dodatków fotografie modowe pokazywały wyrafinowaną oszczędność formalną i prostotę biżuterii, które współgrały z całym strojem. Najbardziej ulubione elementy to bransoletki, broszki oraz kłamy¹⁰.

Nowoczesna kobieta, którą propagowały te dwie gazety, to kobieta wyzwolona, posiadająca wysportowaną szczupłą sylwetkę i młody wygląd. Łódzkie czasopisma lansowały w okresie międzywojennym modę na zabiegi odchudzające, informowały o nowinkach w rozwoju różnych urządzeń pomagających w pozbywaniu się dodatkowych kilogramów¹¹. Modna w tym czasie stawiała na młodość, więc kobieta za wszelką cenę starała się ukryć prawdziwy wiek¹². Trend ten miał związek z popularną wówczas bohaterką powieści Victora Margueritte'a

⁸ *Ein modernes Abendkleid*, „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 13.11.1927, nr 46.

⁹ *Kubismus in der Mode*, „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 6.11.1927, nr 45.

¹⁰ *Moderner goldener Hals- und Armbandschmuck*, „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 27.11.1927, nr 48.

¹¹ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 16.06.1929, nr 24.

¹² „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 12.08.1928, nr 33.

La garçonne z 1922 roku. Za jej sprawą ikoniczna stała się na długi czas postać „chłopczycy”, kobiety, która starała się podkreślać w stylu ubierania i sposobie bycia męskie atrybuty.

W latach 20. chłopczyce pozbyły się swojego kobiecego atutu, jakimi są długie włosy. Autorem krótkich fryzur bob-cut, które podbiły świat mody, był urodzony w Sieradzu polski fryzjer o międzynarodowej sławie Antoni Cierplikowski ps. Antoine. Przeszedł do historii mody jako „król fryzjerów – fryzjer królów” (Orzeszyńska 2015, 2019). Prezentowane w łódzkich dodatkach chłopczyce nosiły nie tylko modne krótkie fryzury, ale również malutkie, dopasowane kapelusze w kształcie hełmu, z wąskim rondem, opadającym na oczy¹³. Ten prosty w formie i geometryczny w kształcie element ubioru wzbogacony był zawsze dekoracją. Dekoracje zdobiły nie tylko kapelusze, ale również sukienki, marynarki, płaszcze. Stanowiły one idealną powierzchnię do działań zdobniczych. Popularne było haftowanie, wyszywanie koralikami, czy naszywanie błyszczących aplikacji. Przedstawiane na fotografiach modelki charakteryzował modny wówczas styl w makijażu, który był bardzo precyzyjny – brwi podkreślano cienką kreską, oczy były podkreślane czarną kredką, a usta czerwoną szminką, na twarz nakładano jasny puder a na policzki róż. Tak pomalowana kobieta zwracała uwagę swoim wyglądem.

Nowy wizerunek kobiety sprzyjał utrzymaniu dobrej kondycji ciała, stąd w omawianym okresie rosnąca popularność uprawiania sportu przez kobiety. W tym czasie była to aktywność w pełni akceptowalna społecznie, a nawet zalecana przez lekarzy. Praktycznie w każdym czasopiśmie dla pań pojawiały się instrukcje z ćwiczeniami, poranną gimnastyką, popularyzowano kobiece zawody sportowe. Zimą kobiety jeździły na nartach i łyżwach, latem modne było pływanie, kajaki, jazda na rowerze, jeździectwo, górskie wędrowniki oraz tenis ziemny¹⁴. Popularność niektórych sportów – podobnie jak dziś – wzrastała wraz z kolejnymi sukcesami polskich zawodników. Wśród młodych dziewcząt prawdziwą furorę robiła Halina Konopacka, która w 1928 roku ustanowiła rekord świata w rzucie młotem. Każda dama pragnęła prezentować się jak najlepiej niezależnie od okoliczności, zatem do każdego sportu obowiązywał odmienny strój, który miał być wygodny, praktyczny, ale również elegancki i kobiecy¹⁵. Łódzkie gazety propagowały ponadto kobiecy hokej oraz baseball, dyscypliny, które chętnie uprawiały kobiety w Ameryce, co gazety określały jako ekscentryczne¹⁶.

¹³ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 13.11.1927, nr 46; „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 19.02.1928, nr 8; „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 32.

¹⁴ „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 2; „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 18; „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 13.

¹⁵ „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 2.

¹⁶ Ekscentryczna moda z Ameryki, „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 22.01.1928, nr 4; „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 15.04.1928, nr 16.

Inną ulubioną rozrywką letnią były kąpiele w morzu, jeziorach i rzekach oraz opalanie się. Przez wieki, szczególnie arystokratki, starały się unikać wystawiania na działanie promieni słonecznych, ale już nie w latach 20. XX wieku, gdy ubiory odsłaniały coraz więcej ciała. Jeśli kogoś nie było stać na wyjazd do modnych kurortów krajowych czy zagranicznych, mógł odpoczywać na obleganych miejskich plażach. Te nowe rozrywki stały się okazją do zaprezentowania krawieckich nowości. W okresie międzywojennym stroje kąpielowe ulegały sporym zmianom. Na początku lat 20. były jeszcze dość skromne, składały się z tuniki do połowy uda, do której zakładano krótkie spodenki do kolan. Od połowy lat 20. kostiumy stały się bardziej użyteczne i wygodne, pozbawiono je zbędnych ozdób, skrócono nogawki, a z przodu i z tyłu pojawił się dekolt. Stroje były węższe, dopasowane, sztyło je z trykotu¹⁷.

Nowy image generował nowe potrzeby o charakterze użytkowym, które dobrze rozumieli ówcześni projektanci. Potrafili oni wyjść nie tylko naprzeciw temu zapotrzebowaniu, ale przede wszystkim przewidzieć nowe trendy. Decydujący wpływ na estetykę mody lat 20. miała Gabrielle Chanel, która propagowała funkcjonalną, elegancką i lekko nonszalancką modę. Obok niej tworzyli równie nowocześni Madeleine Vionnet, Jean Patou, Edward Molyneux, Callot Sœurs, czy bardziej konserwatywna Jeanne Lanvin. W ich stylizacjach dominowały geometryczne motywy zdobnicze, zaczerpnięte z różnych kultur egzotycznych, które stały się inspiracją w latach 20. Szczególną popularnością cieszyła się sztuka afrykańska, sztuka Azteków. Orientalizm obecny był w modzie już od początku XX wieku, a jego popularność wzrastała z kolejnymi odkryciami archeologicznymi. Łódzkie dodatki propagowały różne motywy ze sztuki afrykańskiej, wszystkie w bardzo wyraźnych kształtach trapezoidalnych, zygzakowatych, w układach rytmicznych, schodkowych.

Wzorce nowoczesnego stylu życia łódzkie dodatki beletrystyczne czerpały również z amerykańskiej i europejskiej kinematografii. Dostarczały je kobiece gwiazdy z Hollywood oraz niemieckiej wytwórni filmowej, Universum Film AG, która uzyskiwała międzynarodową sławę, stając się poważną konkurencją dla jej amerykańskiego odpowiednika. Już nie skromna kobieta, hołdująca zasadzie „3 K”: *Kinder, Kirche, Küche* stała się wzorem dla łódzkiej kobiety, ale skandalistka, wyzwolona *femme fatale*, która przekraczała granice obyczajowe. Niezwykle cennym źródłem takich inspiracji było Hollywood, miejsce magiczne, gdzie istniał największy i najbogatszy na świecie przemysł filmowy. W latach 20. powstał tu system pięciu wielkich wytwórni: Fox (znany później jako 20th Century Fox), Loew's Incorporated (Metro-Goldwyn-Mayer), Paramount Pictures, RKO

¹⁷ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 20.11.1927, nr 47; „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 8.04.1928, nr 15; „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 6.07.1930, nr 27; „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 11.

(Radio-Keith-Orpheum) i Warner Bros (Lubelski, Sowińska, Syska 2010). Prężnie rozwijająca się kinematografia od samego początku nastawiona była na lansowanie gwiazd aktorskich i popularyzowanie ich stylu życia.

Łódź szybko uległa magii kina. W niemieckich dodatkach opisywano najnowsze filmy, życie gwiazd oraz propagowano modę hollywoodzkich ikon stylu. Były wśród nich takie amerykańskie gwiazdy filmowe i ikony stylu, jak Bebe Daniels¹⁸, Clara Gordon Bow – amerykańska ikona kina niemego i symbol seksu kinematografii lat 20. XX wieku¹⁹, Louise Brooks – amerykańska tancerka, modelka i aktorka, znana zwłaszcza z głównych ról w trzech filmach *Puszka Pandory*, *Dziennik upadłej dziewczyny* i *Prix de Beauté*²⁰, poza tym Eugenia Gilbert²¹, Frances Lee²², amerykańska aktorka i ikona mody, Nancy Carroll²³, Jean Arthur, aktorka, nominowana do Oscara za rolę w filmie *Wesoły sublokator*. Była jedną z największych gwiazd lat 30. Karierę rozpoczynała jako modelka, a następnie aktorka filmów niemych²⁴, Lillian Roth²⁵, Marika Roekk²⁶ węgierska aktorka, śpiewaczka i tancerka, gwiazda niemieckiej wytwórni filmowej Universum Film AG, czy Anny Ondra, czeska aktorka, która występowała w filmach niemieckich i austriackich, a później brytyjskich, m.in. w filmach Alfreda Hitchcocka *Człowiek z wyspy* i *Szantaż*.

Propagowany przez hollywoodzkie aktorki styl życia, często sterowany przez same wytwórnie filmowe i media, daleki był od tego, czego oczekiwano od kobiet w drugiej połowie XIX wieku. Hollywoodzkie aktorki z jednej strony szokowały swoim frywolnym podejściem do życia, skandalami, z drugiej jednak budziły podziw swoją odwagą w łamaniu silnie zakorzenionych stereotypów na temat kobiet.

Przyglądając się łódzkim dodatkom do niemieckojęzycznych gazet, warto zauważyć, że propagowały one na swoich łamach niezwykle nowoczesny typ kobiety, zgodny z najnowszymi trendami światowymi. Niemieckie czasopisma zarejestrowały zmiany zachodzące w stylu życia i propagowały je wśród łódzkich czytelników. Tak więc moda, którą pokazywały łódzkie dodatki oraz styl życia w niczym nie odbiegała od najnowszych wzorców europejskich i światowych. Była wyrazem dążenia do nowoczesności, do zmiany sposobu myślenia nie tylko o kobietach, ale o całym społeczeństwie. Wprowadzanie na łamy czasopism nowoczesnych idei oznaczało w rezultacie rozpad form dawnych i przestarzałych.

¹⁸ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 21.10.1928, nr 43.

¹⁹ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 6.07.1930, nr 27; „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 21.04.1929, nr 16.

²⁰ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 21.04.1929, nr 16.

²¹ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 29.04.1928, nr 18.

²² „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 15.09.1929, nr 37.

²³ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 6.07.1930, nr 27.

²⁴ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 16.11.1930, nr 46.

²⁵ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 16.11.1930, nr 46.

²⁶ „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 9.01.1938, nr 2.

BIBLIOGRAFIA

- Bertschik J. (2005), *Mode und Moderne: Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770–1945)*. Köln–Weimar: Böhlau.
- Boucher F. (2003), *Historia mody. Dzieje ubiorów od czasów prehistorycznych do końca XX wieku*, Übers. von P. Wrzosek. Warszawa: Arkady.
- Bulisz E. (2017), *Przemiany i przeobrażenia gatunków prasowych na przykładzie wybranych tekstów o modzie*. „Acta Humana”, nr 8.
- Dufurat J. (2020), *W okresie powolnej modernizacji. Kobieta w II Rzeczypospolitej – Próba bilansu*. „Zeszyty Naukowe UJ, Prace Historyczne”, nr 147, z. 4, s. 811–822.
- Fogg M. (red.) (2016) *Historia mody*, przeł. E. Romkowska. Warszawa: Arkady.
- Jeziński A., Leszczyńska C. (2013), *Historia gospodarcza Polski*. Warszawa: Key Text.
- Kaszubina W., (1967), *Bibliografia prasy łódzkiej 1863–1944*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Koter M., Kulesza M., Puś W., Pytlaś S. (2005), *Wpływ wielonarodowego dziedzictwa kulturowego Łodzi na współczesne oblicze miasta*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kowalak T. (1971), *Prasa niemiecka w Polsce 1918–1939*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Kowalczyk A. (2015), „Polskie czasopisma kobiece z okresu międzywojennego, zawierające wkładki żurnalowe”. W: *Książka, biblioteka, informacja : między podziałami a wspólnotą IV*. J. Dzieniakowska, M. Olczak-Kardas (red.). Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 229–244.
- Kucner M., (2005), *Prasa niemiecka w Łodzi w okresie międzywojennym*. W: *Wizerunek Łodzi w literaturze, kulturze i historii Niemiec i Austrii*, materiały z konferencji. Łódź, s. 161–180.
- Lubelski T., Sowińska I., Syska R. (red.) (2010), *Kino nieme. Historia kina*, wyd. I. Kraków: Universitas.
- Mikosz, J. (2007), *Charakterystyka wybranych dodatków do prasy codziennej dwudziestolecia międzywojennego*. „Media, Kultura, Społeczeństwo”, nr 1(2), s. 41–59.
- Ochocki A. (1980), *Reporter przed konfesjonalem, czyli o tym jak robiło się prasę przed wojną*. Łódź: Wydawnictwo Łódzkie.
- Orzeszyna M. (2015), *Antoine Cierplikowski. Król fryzjerów, fryzjer królów*. Kraków: Znak Horyzont.
- Orzeszyna M. (2019), *Antoine de Paris. Polski geniusz światowego fryzjerstwa*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
- Paczkowski A. (1980), *Polska prasa w latach 1918–1939*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Pisarek W. (2006), *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Universitas.
- Romecka-Dymek S. (2016), *Geometryczna emocjonalność mody lat 20*. „Sztuki”, II.
- Ruta P., *Fotografia prasowa. Wybrane aspekty praktyczne*. <http://www.sbc.org.pl/Content/20115/PDF/ruta.pdf> [Zugriff: 20.12.2022].
- Sierakowska, K. (2021), *Dyskusje o wpływie wojny na emancypację kobiet w prasie kobiecej dwudziestolecia międzywojennego*. „Dzieje Najnowsze”, R. LIII.
- Wilson E., (1985), *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*. London.
- Żebrowska K. (2019), *Modowe rewolucje. Niezwykła historia naszych szaf*. Kraków: Znak Horyzont.

Źródła

Reymont W.S. (1899), *Ziemia obiecana*. Warszawa.

- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 6.11.1927, nr 45.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 13.11.1927, nr 46.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 20.11.1927, nr 47.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 27.11.1927, nr 48.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 22.01.1928, nr 4.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 12.02.1928, nr 7.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 19.02.1928, nr 8.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 8.04.1928, nr 15.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 15.04.1928, nr 16.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 29.04.1928, nr 18.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 12.08.1928, nr 33.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 21.10.1928, nr 43.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 21.04.1929, nr 16.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 16.06.1929, nr 24.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 15.09.1929, nr 37.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 6.07.1930, nr 27.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 16.11.1930 nr 46.
- „Die Welt im Bilde. Sonntagsbeilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 9.01.1938, nr 2.
- „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 2.
- „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 11.
- „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 13.
- „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 18.
- „Illustrierte Wochenblatt. Beilage zur Neuen Lodzer Zeitung”, 1924, nr 32.