Studia Judaica 28 (2025), nr 1 (55), s. 55–96
doi:10.4467/24500100STJ.25.003.22002

Paweł Michna https://orcid.org/0000-0003-4099-2756

Branding getta. Polityka wizualna żydowskiej administracji łódzkiej „dzielnicy zamkniętej"

THE BRANDING OF THE GHETTO: THE VISUAL POLICY OF THE JEWISH ADMINISTRATION OF THE ŁÓDŹ "CLOSED DISTRICT"

Abstract: The article describes the functioning of the Graphics Office of the Jewish administration of the Łódź ghetto and the documents created in it. Analyzing the function of the albums and posters in a modern style produced by Jewish artists, the author considers them as an element of the consistently constructed visual policy of the ghetto that was part of the strategy of survival adopted by Chaim Mordechaj Rumkowski. While discussing the message and the visual layer of the documents, the author points out the similarities of the created vision of the ghetto as a productive organism to the branding strategies of states and companies.

Keywords: Graphics Office, branding, albums from the Łódź ghetto, visual policy, Jewish artists.

Słowa kluczowe: Biuro Graficzne, branding, albumy z łódzkiego getta, polityka wizualna, artyści żydowscy.

Wśród archiwaliów z łódzkiego getta przechowywanych w archiwum Żydowskiego Instytutu Historycznego w Warszawie znajduje się prostokątna kartonowa plansza o wymiarach 64×97 cm[1]. Wykonano ją w technice gwaszu i akwareli. Ma nierówne, miejscami poszarpane krawędzie z dużym ubytkiem w lewym dolnym rogu oraz liczne rozdarcia i zagięcia, wzdłuż których farba uległa częściowemu wykruszeniu. Nosi też ślady zalania, które sprawiły, że warstwa malarska miejscami się rozpłynęła.

[1] Plakat, 1942, Archiwum Żydowskiego Instytutu Historycznego [dalej: AŻIH], Dział pamiątek historycznych, sygn. B-177/5.

Stworzono ją – jak głosi podpis w jej prawym dolnym rogu – w Wydziale Statystycznym getta. Na pierwszym planie planszy przedstawiono ręce odzianego w brązową kurtkę kreślarza. W lewej dłoni trzyma linijkę, w prawej ołówek i cyrkiel, którym wyznacza punkt na pokrytej kratką planszy. Na opracowywanym przez kreślarza kartonie, umieszczonym na tle ciągów granatowych cyfr, namalowano sceny z życia getta. Od lewej: nauczycielkę piszącą na tablicy w klasie pełnej dzieci, robotnika wykonującego cholewkę buta, z asystującym mu uczniem przyglądającym się wykonywanej pracy. W centrum znajduje się scena z postaciami o największych rozmiarach – obróconą tyłem pielęgniarką w czepku, białym kitlu i białych butach, która, wraz z pracownikiem gettowego pogotowia odzianym w służbową czapkę i płaszcz, niesie na noszach chorego. Nieco poniżej po prawej przylega do nich kolejna scena – robotnicy wynoszący worki z zaopatrzeniem z wagonu towarowego. Poniżej namalowano budynek, przed którym znajduje się pole podzielone na grządki i jeszcze nieobsianą część, na której leżą grabie i wbita w ziemię łopata. Po prawej stronie pochylona szwaczka w półpostaci szyje coś na maszynie. Trochę wyżej po prawej widzimy zarys kolejnego, obróconego tyłem robotnika, prawdopodobnie dziecka, być może również wykonującego tę samą czynność, ale ze względu na uszkodzenie planszy trudno to dokładnie określić. Nad wszystkimi przenikającymi się scenkami przechodzi, prowadzona od punktu do punktu, w górę i w dół, czerwona linia wykresu. Powyżej, przy górnej krawędzi, widoczny jest slogan wykonany czarnym, bezszeryfowym, nawiązującym do Futury krojem pisma: „in Zahlen u. im Bild deuten wir das Gettoleben" [objaśniamy życie w getcie w cyfrach i obrazach], zob. il. 1. Ręce kreślarza ukazane są z góry, tak jakby należały do oglądającego planszę widza. Zabieg ten stymuluje odbiorcę do uczestnictwa w wewnętrznej strukturze dzieła[2], identyfikacji z artystą i wykonywaną przez niego pracą. Ukazane zajęcie grafika polega na translacji zjawisk opisanych za pomocą ciągu niezrozumiałych cyfr na zwizualizowane na wykresach dane wzbogacone o obrazy. Tak wykonane przedstawienia miały objaśniać zjawiska zachodzące w getcie. Perswazyjność tworzonego komunikatu podkreślało dodatkowo umieszczenie fragmentu nogi pielęgniarki na trzymanej przez artystę linijce. Postać kobiety wychodzi poza przestrzeń pola obrazowego tworzonej przez grafika planszy, co ma uświadomić

[2] Wolfgang Kemp, *Dzieło sztuki i widz. Metoda estetyczno-recepcyjna*, [w:] *Perspektywy współczesnej historii sztuki. Antologia przekładów „Artium Quaestiones"*, red. Mariusz Bryl i in., Poznań 2005, s. 147.

widzowi, że to, co widzimy, nie jest jedynie nanoszeniem przez artystę farby na karton. W wyniku działań podejmowanych przez Wydział Statystyczny to, jak funkcjonuje getto, nie tylko miało być zrozumiałe dla odbiorcy, ale stawało się namacalne do tego stopnia, że postaci wręcz wychodzą z ramy.

Il. 1. Plansza *Objaśniamy życie w getcie w cyfrach i obrazach* wykonana w Biurze Graficznym Wydziału Statystycznego getta w 1941 lub 1942 roku. Ze zbiorów Żydowskiego Instytutu Historycznego im. E. Ringelbluma, AŻIH, Dział pamiątek historycznych, B-177/5

Plansza została stworzona późną wiosną 1941 roku w Biurze Graficznym (nazywanym także Referatem Graficznym) Wydziału Statystycznego. Wykonano ją prawdopodobnie jako element dekoracji na akademię, która odbyła się 6 lipca 1941 roku z okazji pierwszej rocznicy działania Wydziałów Ewidencji, w których skład wchodziło Biuro. Kompozycja opiera się na zrobionym niedługo wcześniej przez Mendla Grosmana zdjęciu przedstawiającym grafika Pinchasa Szwarca, pracującego nad planszą z wykresem dotyczącym śmiertelności w getcie[3]. Po uroczystości

[3] *Abteilungen: Statistische, Evidenz-Abteilung für Eingesiedelten, Karten-Abteilung, Wohnungsamt, Zentrall-Einkaufsstelle, Hauptkasse, Post* [Album fotografii przedstawiających pracowników wydziałów w czasie pracy], Archiwum Państwowe w Łodzi [dalej: APŁ], Przełożony Starszeństwa Żydów w Getcie Łódzkim [dalej: PSŻ], sygn. 39/278/0/14/1113, s. 3.

plansza, umieszczona w cienkiej drewnianej ramie, wisiała w gabinecie kierownika Wydziału Statystycznego Samuela Erlicha[4]. Plakat w syntetyczny, skrótowy sposób ilustrował rodzaj wykonywanej pracy oraz zadania Biura – jednostki powołanej specjalnie w celu sporządzania oficjalnych wizualnych materiałów na potrzeby żydowskiej administracji. Materiałami tymi były nie tylko plansze, ale przede wszystkim, liczące niejednokrotnie kilkaset stron, albumy pamiątkowe. Oprócz tego zatrudnieni w Biurze graficy wykonywali tablice z dystynkcjami powołanych w getcie służb, a także uczestniczyli w projektowaniu banknotów i znaczków pocztowych[5]. Centralne Biuro Resortów Pracy oraz inne odpowiadające za produkcję jednostki angażowały artystów w tworzenie aranżacji wystaw wykonywanych w getcie towarów[6]. Charakterystyczną cechą oficjalnych materiałów była odwołująca się do ideałów nowoczesności ikonografia i geometryczna stylistyka czerpiąca z osiągnięć awangardy. Powstające w Biurze materiały zawierały, pokazane w formie wykresów, dane wzbogacone o przedstawienia – głównie fotografie i fotomontaże, a także, jak na opisywanym plakacie, malowane ilustracje. Co istotne, nie miały one tylko stanowić suplementu do przedstawianych wykresów i tabel statystycznych. Dane, tekst i fotografie, określane przez zamawiających jako „z życia żywcem wyjęte obrazki"[7], tworzyły równorzędne i wzmacniające się wzajemnie elementy precyzyjnie zaprojektowanych komunikatów wizualnych.

Dobór scen, które przedstawiono na planszy, także nie był przypadkowy. Wybrano główne dla funkcjonowania getta dziedziny nadzorowane przez żydowską administrację, a których opracowaniem zajmował się Wydział Statystyczny. Były to: produkcja towarów na potrzeby Rzeszy, systemy opieki zdrowotnej, społecznej i edukacji oraz zaopatrzenie getta. Plansza ta przypomina inny plakat, który także był elementem dekoracji podczas obchodów rocznicy działania Wydziałów Ewidencji. Jej treści i ikonografia były bardzo zbliżone do planszy opisywanej wyżej. Plakat różni się kompozycją i prostszą, konturową stylistyką oraz sloganem, który na nim umieszczono: „Die Statistik – ein Bild – unseres Lebens"

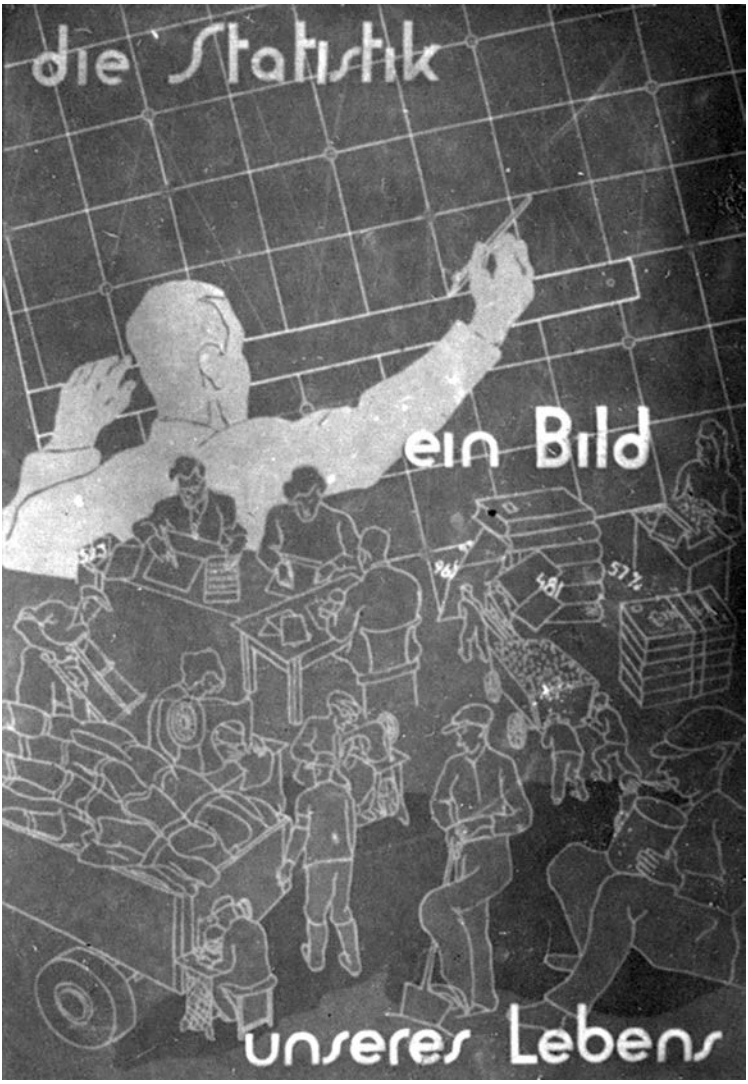
[4] Tamże, s. 4.

[5] Sara Fajtlowicz, *Testimony of Sara (Gliksmann) Fajtlowicz, Born in Łódź, Poland, 1915, Regarding Her Experiences as a Painter in the Statistics Department of the Łódź Ghetto*, Archiwum Instytutu Yad Vashem [dalej: AYV], O.3 – Testimonies Department, 3222/312, s. 9.

[6] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/869, s. 126.

[7] *Opracowanie o Biurze Meldunkowym i Wydziale Statystycznym w getcie*, AŻIH, Przełożony Starszeństwa Żydów w Łodzi (Der Älteste der Juden in Litzmannstadt), sygn. 205/333, s. 13.

[„Statystyka – Obraz – Nasze Życie” lub „Statystyka obrazem naszego życia”][8], zob. il. 2.



Il. 2. Plakat *Statystyka obrazem naszego życia* wykonany z okazji pierwszej rocznicy działania Wydziałów Ewidencji 6 lipca 1941. Dekorował salę podczas uroczystości. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/14/1123, s. 22

[8] *Reproduktionen. Schäfte, Schulwesen, Album für Gettoverwaltung, Wäsche und Kleider, Hut-Abt*[eilung]*, Statistische Planschen, Banknoten, Matura, Dokumente und Bilder* [Album fotografii], APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/14/1123, s. 22.

W obu znajdujących się na planszach sloganach dostrzec można oznaki wiary w statystykę jako narzędzie służące obiektywnemu opisowi rzeczywistości getta, szczególnie w formie zwizualizowanej w postaci wykresów i piktogramów[9]. Pierwsze hasło podkreślało perswazyjne możliwości statystyki połączonej z obrazem, drugie – zdolność obrazowania, jaką ma statystyka. Komu jednak materiały produkowane w Biurze Graficznym miały objaśniać funkcjonowanie getta? Jaka była ich funkcja i dlaczego zamawiano je i produkowano z dużym nakładem sił i środków, mimo panujących w getcie dramatycznych warunków i postępującej ludobójczej polityki nazistów? W swoim artykule zamierzam szczegółowo opisać działanie Biura Graficznego łódzkiego getta, a także rolę, jaką odgrywało ono w polityce getta i przyjętej przez Przełożonego Starszeństwa Żydów w łódzkim getcie Chaima Mordechaja Rumkowskiego strategii przetrwania. Po omówieniu historii Biura Graficznego i biografii pracujących w nim artystów, którzy kształtowali przekaz i styl wykonywanych w Biurze materiałów, przedstawię ich funkcje. Pokażę, że były one częścią świadomie konstruowanej polityki wizualnej, którą za Stevenem Hellerem odczytuję jako branding[10] – konsekwentnie realizowaną za pomocą narzędzi graficznych strategię, mającą na celu wykreowanie dla nazistów pożądanego przez nich obrazu getta, ale także dla hipotetycznych odbiorców tych materiałów po wojnie oraz dla samych zamawiających. Analiza dyskursu tych odwołujących się do określonego zestawu wartości materiałów przedstawiających pożądany przez żydowskich zarządców getta obraz dzielnicy pozwala moim zdaniem na ukazanie ideologii, jakie kryły się za organizacją getta wprowadzaną przez żydowską administrację.

Materiały z Biura Graficznego nie doczekały się monografii, poza niepublikowaną pracą magisterską Agaty Pietroń[11]. Albumom pamiątkowym poświęciła rozdział w swojej książce dotyczącej fotografii z łódzkiego getta Tanja Kinzel[12]. Krótki opis albumów zamieściła w swojej książce również Janina Struk[13]. Poza tym były one przedmiotem zaledwie kilku

[9] *Kronika getta łódzkiego 1941–1944*, oprac. Julian Baranowski i in., t. 1, Łódź 2009, s. 229.

[10] Zob. Steven Heller, *Iron Fists: Branding the 20th-Century Totalitarian State*, London–New York 2008.

[11] Agata Pietroń, *Fotomontaż jako sposób opisu Zagłady. Analiza albumów fotograficznych z łódzkiego getta*, praca magisterska, Uniwersytet Warszawski, 2007.

[12] Tanja Kinzel, *Im Fokus der Kamera: Fotografien aus dem Getto Lodz*, Berlin 2021, s. 487–520.

[13] Janina Struk, *Holokaust w fotografiach. Interpretacje dowodów*, tłum. Maciej Antosiewicz, Warszawa 2007, s. 122–134.

artykułów[14]. Częściej wzmiankowano je lub wykorzystywano w charakterze ilustracji[15]. Moim zdaniem – uwzględniwszy to, jaką rolę odgrywały w polityce getta, jaki jest poziom wykonania ich układów graficznych oraz jak wielkie siły i środki były zaangażowane w ich tworzenie – nie poświęcono im dostatecznie dużo uwagi. Opierając się na swoich najnowszych badaniach dotyczących zatrudnienia w Biurze Graficznym, a także funkcji, jakie te materiały spełniały w polityce getta, chciałbym swoim artykułem uzupełnić wiedzę o tych materiałach.

Getto i strategia przetrwania poprzez pracę

Utworzenie rad żydowskich o szerokich kompetencjach było celowym działaniem nazistów. Wprowadzając element buforowy między sobą a ludnością żydowską, składający się z członków więzionej społeczności, zyskali oni większą możliwość kontrolowania sytuacji[16]. Autonomia przyznana Judenratom umożliwiła im podjęcie działań organizacyjnych, które w Łodzi pod rządami Rumkowskiego miały wyjątkowy charakter. Getto w przemianowanej na Litzmannstadt Łodzi utworzono 8 lutego, a 30 kwietnia 1940 roku zostało ono całkowicie odizolowane od reszty miasta[17]. Choć planowano je jako rozwiązanie tymczasowe, okazało się drugim pod względem długości istnienia gettem podczas II wojny światowej. W ciągu ponad czteroletniego okresu jego funkcjonowania uwięziono

[14] Hanno Loewy, *"Nähmaschinen-Reparatur-Abteilung": Ein Album von 1943 aus dem Ghetto Lodz, mit einer Vorbemerkung versehen von Hanno Loewy*, „Fotogeschichte" (1989), nr 34, s 11–30; Paweł Michna, *Modernism in the Lodz Ghetto: A Tentative Interpretation of Forgotten Holocaust Documents*, „Miejsce" (2020), nr 6; tenże, *The Processing of Used Clothing as a Survival Strategy: The Łódź Ghetto Textile Industry in Official Visual Documents of the Judenrat*, „Textile" 21 (2022), nr 3, s. 1–26.

[15] Zob. Irmina Gadowska, *Warunki działalności artystycznej plastyków w getcie łódzkim 1940–1944 w świetle źródeł: dokumentacji administracyjnej, wspomnień i relacji świadków*, „Zagłada Żydów" 16 (2020), s. 83–116; Andrea Löw, *Getto łódzkie / Litzmannstadt Getto. Warunki życia i sposoby przetrwania*, tłum. Małgorzata Półrola, Łukasz Pięs, Łódź 2012; taż, *Documenting as a "Passion and Obsession": Photographs from the Lodz (Litzmannstadt) Ghetto*, „Central European History" 48 (2015), nr 3, s. 387–404; Luiza Nader, *The Sticky Spot of Crime: Rethinking Art History in Poland*, 2015, https://ehri-project.eu/sticky-spot-crime-rethinking-art-history-poland [dostęp: 30 czerwca 2024]; Monika Polit, *Elementy języka propagandy w „Kronice getta łódzkiego"*, [w:] *Pamięć Shoah. Kulturowe reprezentacje i praktyki upamiętnienia*, red. Tomasz Majewski, Łódź 2011; Adam Sitarek, *Otoczone drutem państwo. Struktura i funkcjonowanie administracji żydowskiej getta łódzkiego*, Łódź 2016; *"Unser einziger Weg ist Arbeit": Getto in Łódź 1940–1944. Eine Ausstellung des Jüdischen Museums Frankfurt am Main*, red. Hanno Loewy, Gerhard Schoenberner, Wien 1990.

[16] Isaiah Trunk, *Łódz Ghetto: A History*, Bloomington 2006, s. 32.

[17] Löw, *Getto łódzkie*…, s. 8.

w nim około dwustu tysięcy osób, a organizacją życia w zamkniętej dzielnicy zajmował się korpus ponad dwunastu tysięcy urzędników[18]. Rozbudowany system biurokratyczny, stworzony w celu sprawnego administrowania gettem i zarządzania rozwijającą się tam produkcją, naśladował sposób organizacji nowoczesnego państwa[19]. Przyjęta przez Przewodniczącego Rady Starszych strategia przetrwania poprzez pracę, aktywnie wspierana przez szefa niemieckiej administracji Hansa Biebowa[20], doprowadziła do powstawania w getcie kolejnych warsztatów i fabryk, które z czasem zbierały coraz więcej zamówień i były w stanie produkować wydajnie zarówno na potrzeby Wehrmachtu, jak i cywilnych przedsiębiorstw. Była to przede wszystkim realizowana na ogromną skalę produkcja tekstylna. Jak piszą Schnaus, Smolorz i Spoerer: „Pod koniec 1941 roku wydziały tekstylne getta w Litzmannstadt były niemal na pewno największą fabryką odzieży w Rzeszy Niemieckiej, a być może w całej Europie"[21]. Administracja niemiecka, która zajmowała się pozyskiwaniem zamówień dla odizolowanego od świata getta, aktywnie szukała zamawiających wśród cywilnych przedsiębiorstw[22]. Te zainteresowane były produkcją w getcie nie tylko ze względu na niskie koszty pracy, ale również z powodu ograniczeń, jakie obejmowały przemysł w „starej Rzeszy", przestawiony na produkcję dla armii, dodatkowo osłabiony wcieleniem robotników do wojska. Problemy te z oczywistych względów nie dotyczyły terenów okupowanych i getta[23]. Jak przekonują badacze, rozpowszechniane przez Biebowa dane, jakoby produkcja dla Wehrmachtu stanowiła 90% zamówień, były przesadzone i wynikały z chęci podkreślenia znaczenia getta dla wysiłku zbrojeniowego Rzeszy. Miało to chronić je przed likwidacją[24]. Początkowo dominowały zamówienia dla armii, ale z czasem zrównały się z nimi zamówienia na rynek cywilny[25]. Wysiłki zmierzające do rozwinięcia produkcji w getcie zbiegły się z działaniami podejmowanymi przez władze miasta, mającymi

[18] Tamże, s. 84.

[19] Zob. Sitarek, *Otoczone drutem państwo…*

[20] Icchak Rubin, *Żydzi w Łodzi pod niemiecką okupacją 1939–1945*, Londyn 1988, s. 231.

[21] Julia Schnaus, Roman Smolorz, Mark Spoerer, *Die Rolle des Ghetto Litzmannstadt (Łódź) bei der Versorgung der Wehrmacht und der deutschen Privatwirtschaft mit Kleidung (1940 bis 1944)*, „Zeitschrift für Unternehmensgeschichte" 62 (2017), nr 1, s. 49, https://doi.org/10.1515/zug-2017-0003 [dostęp: 30 czerwca 2024]. Wszystkie cytaty z tekstów w językach obcych, jeśli nie wskazano inaczej, podane są w przekładzie autora artykułu.

[22] Tamże, s. 47.

[23] Tamże.

[24] Tamże, s. 46.

[25] Tamże, s. 48.

przedstawić Łódź jako centrum niemieckiego przemysłu na Wschodzie. Przykładem tego mogą być kartki pocztowe z Łodzi, na których odwrocie drukowano lub przybijano stemplem napis głoszący: „Litzmannstadt – grösste Textil-Industrie im Osten" [Litzmannstadt – największy przemysł tekstylny na Wschodzie]. Podobny charakter miał specjalny dodatek do wydawanej w Łodzi „Litzmannstädter Zeitung" z 9 marca 1941 roku, zatytułowany „Textilzentrum Litzmannstadt. Deutsche Leistung im Osten" [Centrum tekstylne w Litzmannstadt. Niemiecka wydajność na Wschodzie][26]. Co ciekawe, zawierał on grafiki i ilustracje wykonywane w technice fotomontażu, pełne industrialnych motywów ikonograficznych oraz przedstawień wykonywanej przez robotników pracy, z umieszczonymi na nich sloganami „Stadt der Arbeit" [Miasto pracy], „Der schaffende Mensch an der Maschine" [Twórczy człowiek przy maszynie] czy „Vom Rohstoff zum Fertigfabrikat" [Od surowca do gotowego produktu], zob. il. 3. Choć artykuły miały za zadanie przede wszystkim przedstawić niemiecki wysiłek związany z tworzeniem przemysłu tekstylnego w Łodzi i zbudować obraz jego niemieckiej genezy, to w materiale tym, mimo bardziej „konserwatywnej" wizualnej formy, widać podobieństwo do dokumentów tworzonych w Biurze Graficznym. Przekaz wizualno-tekstowych kompozycji, sposoby przedstawiania i retoryka opisywania przemysłu, a nawet brzmienie zamieszczanych haseł były zbliżone po obu stronach kolczastego drutu. Nie wiemy, w jakim stopniu i czy w ogóle materiały z „Litzmannstädter Zeitung" bezpośrednio wpłynęły na materiały z Biura. Podobieństwa mogły wynikać z powszechnie obowiązujących w industrialnej reklamie wizualnych wzorców rozpowszechnionych w okresie międzywojennym[27].

W celu pozyskiwania zamówień niemiecka administracja m.in. zamieszczała ogłoszenia w prasie branżowej[28], aranżowano także wizytacje przedstawicieli niemieckich władz i przemysłu. Z tego też powodu żydowska administracja organizowała wystawy produkowanych towarów. O pierwszej większej wystawie, zorganizowanej przez Zakład Stolarski, pisał w *Encyklopedii getta* Oskar Singer: „Wystawa okazała się doskonałym narzędziem propagandowym getta i dlatego była pokazywana prawie każdej komisji odwiedzającej getto"[29], zob. il. 4. Narzędziem perswazji w aktywnym

[26] *Textilzentrum Litzmannstadt: Deutsche Leistung im Osten. Sonderbeilage der "Litzmannstädter Zeitung"*, „Litzmannstädter Zeitung" (8 marca 1941), nr 68, b.p.

[27] Piotr Rypson, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, Kraków 2011, s. 46.

[28] Schnaus, Smolorz, Spoerer, *Die Rolle des Ghetto Litzmannstadt*…, s. 52.

[29] Oskar Singer, *Ausstellung*, [w:] *Encyklopedia getta. Niedokończony projekt archiwistów z getta łódzkiego*, red. Krystyna Radziszewska i in., Łódź 2014, s. 17.

pozyskiwaniu zleceń miały być również materiały wizualno-statystyczne o charakterze propagandowo-reklamowym – plansze, albumy i katalogi powstające w Biurze Graficznym Wydziału Statystycznego.

Il. 3. Fotomontażowa kompozycja *Miasto pracy* w specjalnym dodatku do „Litzmannstädter Zeitung" z 9 marca 1941, zatytułowanym „Textilzentrum Litzmannstadt: Deutsche Leistung im Osten"

Il. 4. Plansza eksponowana podczas wystawy produkowanych w getcie mebli, ukazująca robotnika podczas pracy w Resorcie Stolarskim, 1942. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/12/837, s. 11

Biuro Graficzne

Produkcję pierwszych statystycznych opracowań zlecili żydowskiej administracji Niemcy. W maju 1940 roku, w ramach kierowanego przez Henryka Neftalina Biura Meldunkowego, powołane zostało Biuro Statystyczne w związku z niemieckim rozkazem przygotowania spisu mieszkańców według wieku i płci[30]. Wyniki spisu przedstawiono w formie tabel na planszach. Po wykonaniu tego zadania z inicjatywy Henryka Neftalina zaczęto sporządzać opracowania na wewnętrze potrzeby żydowskiej administracji. W przygotowanym dla Archiwum getta opracowaniu opowiadał on o rozmowie z Rumkowskim dotyczącej „przystąpienia do realizacji naszych marzeń: ujęcia w ramy statystyczne całokształtu życia w gecie"[31]. Jednostką kierował początkowo Samuel Bronowski, a od września 1940 roku – Samuel Erlich. Według kierownictwa jednostki zbierane dane odgrywały ważną rolę w organizowaniu administracji i zarządzaniu gettem. Neftalin podkreślał:

[30] *Opracowanie o Biurze Meldunkowym…*, s. 7.
[31] Tamże, s. 8.

„poszczególne wydziały i instytucje, które dostarczały nam materiały statystyczne, zmuszone były przede wszystkim zaprowadzić porządek w swoim wydziale i notować ściśle wszystkie przejawy”[32].

Biuro Graficzne Wydziału Statystycznego utworzono w lipcu 1940 roku w celu „obrazowego przedstawienia danych statystycznych”[33]. Pierwszym kreślarzem zatrudnionym w Biurze był technik budowlany Jerzy Kapłan[34]. Sporządzane przez pierwsze kilka miesięcy dokumenty – plansze z wykresami dotyczącymi śmiertelności i zachorowalności – były prawdopodobnie przeznaczone głównie dla Niemców, którzy wymagali od żydowskiej administracji zbierania takich danych[35]. Stopniowo zaczęto wykonywać także opracowania dla innych wydziałów. Pod koniec października 1940 roku do grona pracowników przydzielono inżyniera Abrama Tamesa, przeniesionego jednak do innej jednostki po niecałych dwóch tygodniach[36]. Na tym początkowym etapie działania Referatu Graficznego zatrudniano kreślarzy z wykształceniem technicznym, a materiały miały prostą formę, składały się z nagłówka, liniowych i słupkowych wykresów oraz tabel z legendą i podpisami.

23 listopada 1940 roku zatrudniono na stanowisku kreślarza pierwszego artystę – Pinchasa Szwarca[37]. Był on uczniem Władysława Strzemińskiego, jednego z najważniejszych przedstawicieli polskiej awangardy. Przed wojną Strzemiński zorganizował naukę dla Szwarca i jego dwóch przyjaciół, Samuela Szczekacza i Juliana Lewina, w formie wieczorowego kursu w kierowanej przez siebie Szkole Dokształcania Zawodowego nr 10[38]. Szwarc,

[32] Tamże, s. 9.

[33] *Statistische-Abteilung*, [w:] *Encyklopedia getta*…, s. 200.

[34] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/891, s. 20.

[35] „Health Department to Rumkowski”, 30 kwietnia 1940, Archiwum YIVO Institute for Jewish Research [dalej: AYIVO], Nachman Zonabend Collection [dalej: NZC], RG 241, Box: 1, Folder: 74.

[36] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/891, s. 43.

[37] Tamże, s. 64.

[38] Z powodu antysemityzmu założyciela, Wacława Dobrowolskiego, Żydzi nie mieli możliwości studiowania w łódzkiej Szkole Sztuk Pięknych i Przemysłu Artystycznego im. Cypriana Kamila Norwida, jedynej tego typu placówce w mieście. Dzięki Strzemińskiemu Szwarc i jego przyjaciele mogli korzystać z infrastruktury Szkoły Dokształcania Zawodowego nr 10, zaopatrzonej m.in. w prasę litograficzną. Brali także udział w oficjalnych kursach litografii, niezbędnej do nauki druku, oraz m.in. liternictwa. Szwarc wspominał, że uczestniczyli też w drukowaniu poświęconej Malewiczowi książki przygotowywanej przez Strzemińskiego, co stanowiło ich pierwsze kroki w litografii i druku, a później przygotowywali ilustracje do tomu poezji Mojżesza Brodersona. Zob. Anna Kuligowska-Korzeniewska, *„Ratowało mnie malarstwo”. Rozmowa z Pinkusem Szwarcem*, [w:] *Łódzkie sceny żydowskie. Studia i materiały*, oprac. Małgorzata Leyko, Łódź 2000, s. 129–135.

poza nauką u luminarza sztuki nowoczesnej, który w latach trzydziestych zwrócił się w stronę funkcjonalizmu[39], miał również doświadczenie w pracy komercyjnej. Przed wybuchem wojny pracował w łódzkiej firmie Balsama, gdzie wykonywał szyldy i plakaty, projektował także wystawy sklepowe oraz wystrój lokali[40].

Po przeniesieniu Kapłana do Wydziału Budowlanego w marcu 1941 roku Szwarc został kierownikiem kreślarni. Na ten czas przypada też wyraźna zmiana stylu wykonywanych w Biurze dokumentów. Zaczęto tworzyć materiały z wykorzystaniem fotomontażu w nowoczesnej, czerpiącej z konstruktywizmu stylistyce. Na to, że uczeń Strzemińskiego decydował o wyglądzie plansz, a później albumów powstających w Referacie Graficznym, mogą wskazywać jego przedwojenne prace, które wykazują duże podobieństwo do materiałów powstających w getcie. Były to m.in. dwie ilustracje do tomu poezji Mojżesza Brodersona *Jud*[41], który ukazał się w 1939 roku. Na rolę Szwarca w określeniu przyjętej stylistyki wskazują także zdjęcia prac artysty, które znalazły się w jednym z albumów, ze stykówkami służącymi kreślarzom zatrudnionym w Biurze do wybierania fotografii do fotomontaży oraz archiwizowania zdjęć wykonanych materiałów. Seria siedmiu plansz udokumentowana na stykówkach była prawdopodobnie rodzajem portfolio Szwarca. Nosiło ono tytuł *Funkcjonalizm. Foto-grafika*[42] i zawierało przykłady kompozycji graficznych i fotomontażowych (zob. il. 5). Widać w nich wpływ twórczości Katarzyny Kobro, do której manifestu artystycznego odnosiły się trzy plansze[43]. Przynajmniej część z kompozycji fotomontażowych powstała przed wojną. Jedna z nich, zatytułowana *Powszechne nauczanie*, była eksponowana na wystawie łódzkiego Związku Zawodowego Artystów Plastyków we Lwowie w 1939 roku[44]. Poza tym portfolio zawierało projekt reklamy świec radiowych Tungsten i dwa plakaty ostrzegające przed chorobami zakaźnymi i promujące higienę, wykonane dla Wydziału Zdrowia w drugiej połowie 1940 roku, jeszcze przed zatrudnieniem Szwarca w Biurze Graficznym. Nie wiadomo dokładnie, jaki był cel sporządzenia w getcie reprodukcji projektów wchodzących

[39] Stanisław Czekalski, *Awangarda i mit racjonalizacji. Fotomontaż polski okresu dwudziestolecia międzywojennego*, Poznań 2000, s. 104.

[40] Kuligowska-Korzeniewska, *„Ratowało mnie malarstwo"*…, s. 138.

[41] Mojsze Broderson, *Jud*, Łódź 1939.

[42] *Reproduktionen*…, s. 22.

[43] Katarzyna Kobro, *Funkcjonalizm*, „Forma" (1936), nr 4, s. 9–13.

[44] Debora Vogel, *Z wystawy Związku Zawodowego Artystów Plastyków we Lwowie*, „Sygnały" 6 (1939), nr 61, s. 8.

w skład portfolio Szwarca. Może grafik za ich pomocą zaprezentował swój styl i umiejętności kierownikom Neftalinowi i Erlichowi, a później miały stanowić rodzaj przykładów, na których mieli się wzorować pozostali zatrudnieni w Referacie graficy.

Il. 5. Prawdopodobnie plansza tytułowa portfolio Pinchasa Szwarca pt. *Foto-Grafika*, 1941. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/14/1123, s. 22

Biuro zwiększało zatrudnienie w kolejnych miesiącach 1941 roku. W styczniu do zespołu dołączył łódzki malarz Mojżesz Gurewicz, podobnie jak Szwarc czynny w środowisku łódzkich artystów nowoczesnych zrzeszonych w Związku Zawodowym Polskich Artystów Plastyków. W marcu przyjęto Izaaka Majerowicza[45], w drugiej połowie kwietnia – Józefa Grynwalda i Szymona Szermana[46], w lipcu zaś pierwszą kobietę, Lubę Lurie[47]. O wymienionych kreślarzach wiadomo niewiele. Początkującym artystą był Szerman, którego kilka pochodzących z getta prac się zachowało. Były to głównie gwasze – sceny z życia getta w większości oparte na fotografiach, w których operował charakterystyczną płaską plamą barwną. Zatrudnienie w Biurze kolejnych kreślarzy wynikało z rozpoczęcia produkcji wielkoformatowych albumów. Graficy uczestniczyli również w pracy nad oprawą plastyczną wystaw produkowanych w getcie towarów, przygotowywaną przez Centralne Biuro Resortów Pracy, a także w projektowaniu dekoracji do organizowanych w Domu Kultury rewii[48]. W październiku zatrudniono w Biurze projektanta tkanin Jakuba Natansona[49], w listopadzie – deportowanego z Czechosłowacji malarza Ernsta Kowanitza[50], a w grudniu – deportowanego z Belina grafika Hermanna Sonnenfelda[51]. W styczniu następnego roku zatrudniony został inżynier Arnost Viniarsky[52] i być może pochodzący z Hamburga Herbert Izrael Pick, choć daty jego zatrudnienia nie udało mi się ustalić.

Rozwój produkcji Biura Graficznego i moda, jaka zapanowała na albumy wśród elity gettowej administracji, doprowadziły do tego, że w marcu 1942 roku skala zamówień w Biurze osiągnęła poziom, który zmusił kierownika Wydziałów Ewidencji Neftalina do wydania skierowanego do wszystkich wydziałów i resortów okólnika z informacją, że Wydział Statystyczny nie przyjmuje już zleceń bez wcześniejszej akceptacji kierownictwa [żydowskiej administracji] na Bałuckim Rynku[53]. W końcu marca i w kwietniu doszło do kolejnego wzrostu zatrudnienia. Zaangażowano

[45] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/895, s. 171.
[46] Tamże, s. 134.
[47] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/888, s. 105.
[48] Jachiel Frenkiel, *Teatr i inna działalność artystyczna w getcie łódzkim w latach 1940–1944*, [w:] *Łódzkie sceny…*, s. 99.
[49] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/895, s. 4.
[50] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/897, s. 40.
[51] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/913, s. 72.
[52] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/896, s. 813.
[53] Circular from the Department of Statistics about making graphic and photographic displays, 1942, AYIVO, NZC, RG 241, Box: 16, Folder: 804.

pochodzącą z Łodzi Sarę Gliksman[54] oraz graficzkę Marie Aleš, pracującą początkowo w charakterze asystentki fotografa[55]. W czerwcu 1942 roku Szwarc opuścił Biuro, ponieważ dzięki protekcji został zatrudniony w piekarni Wydziału Chleba i Towarów Kolonialnych, co ze względu na dostęp do pieczywa było w getcie niezwykle atrakcyjną posadą[56]. Na kierownika mianowany został Gurewicz, a zmiana ta wyraźnie widoczna jest w stylistyce albumów i plansz. W tworzonych od drugiej połowy 1942 roku materiałach zauważalne było odejście od geometrycznej dyscypliny formalnej na rzecz, nadal geometrycznej, ale bardziej swobodnej formy, bogatszej kolorystyki, szerszego wprowadzenia ilustracji oraz większej różnorodności stylistycznej. Ewolucja ta świadczy o fundamentalnym wpływie indywidualnych preferencji estetycznych osoby pełniącej funkcję kierownika kreślarni na wygląd tworzonych w Biurze materiałów. Wraz z oficjalnym objęciem stanowiska przez Gurewicza wprowadzono w Referacie także hierarchię stanowisk. Podzielono grafików i graficzki na kategorie: I i II stopnia, które odzwierciedlać miały reprezentowany przez nich poziom artystyczny[57].

W październiku 1942 roku zmarł Izaak Majerowicz, a w grudniu przeniesiono do innego wydziału Kowanitza. Nie znamy przyczyn zmiany stanowiska przez malarza, ale mogło ono wynikać z niezadowolenia z jego pracy, ponieważ już w styczniu zatrudniono również pochodzącą z Lipska graficzkę Edith Troller. W dokumentach Wydziału Ewidencji figuruje jako fotografka, ale na zdjęciach przedstawiających zajęcia w Biurze widać ją pracującą nad fotomontażowymi plakatami. W lutym zatrudniono dwie kolejne czeskie graficzki – prażanki – Helgę May[58] oraz Evę Schneider[59] (zob. il. 6). W marcu 1943 roku zmarł Hermann Sonnenfeld[60], a we wrześniu Herbert Israel Pick[61]. W grudniu 1943 zatrudniono na ich miejsce Nadieżdę Ab[62] i Eliasza Grosmana[63]. Większość grafików działała w Biurze aż do wysiedlenia w sierpniu 1944 roku, ponieważ pracownicy Wydziału Statystycznego, ze względu na przygotowywanie niezbędnych do

[54] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/896, s. 424.
[55] Tamże, s. 436.
[56] Rozmowa autora z żoną Pinchasa Szwarca, 1 grudnia 2018.
[57] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/6/312, s. 217.
[58] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/902, s. 26.
[59] Tamże, s. 42.
[60] Tamże, sygn. 39/278/0/27/1925, s. 46.
[61] Tamże, sygn. 39/278/0/13.2/963, s. 17.
[62] Tamże, sygn. 39/278/0/12/869, s. 34.
[63] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/913, s. 429.

przeprowadzenia likwidacji getta danych, chronieni byli przed wywózkami[64]. Jedynie Marie Aleš pod koniec kwietnia 1944 przeniosła się do Wydziału Meblarskiego. Z grupy zatrudnionej w Biurze do wyzwolenia pozostała w getcie jedynie Sara Gliksman, która miała uczestniczyć w ukryciu części niezachowanych konspiracyjnych materiałów, które prawdopodobnie zawierały dane statystyczne opisujące funkcjonowanie getta[65].

Il. 6. Pracownicy Biura Graficznego. Zdjęcie wykonane między 23 lutego a 9 marca 1943. Od lewej siedzą: Luba Lurie, Helga May, Samuel Erlich, Eva Schneider. Od lewej stoją: Mojżesz Gurewicz, Edith Troller, Maria Ales, Arnost Vinarsky, Herbert Pick, Jakub Natanson, Szymon Szerman, Jakub Guterman, Lew Polakow, Sara Gliksmann, Hermann Sonnenfeld, Józef Grynwald. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/14/1113, s. 12

Od kwietnia 1941 roku w Wydziale Statystycznym rozwijał się także Referat Fotograficzny, który realizował zamówienia na zdjęcia wykorzystywane w fotomontażach projektowanych w Biurze. W kwietniu z polecenia Szwarca zatrudniono jego przyjaciela Mendla Grosmana[66], a w czerwcu Henryka Rozencwajga[67]. W grudniu jako asystent fotografów zaangażowany

[64] *Kronika getta łódzkiego 1941–1944*…, t. 4, s. 385.
[65] Fajtlowicz, *Testimony of Sara*…, s. 19.
[66] Kuligowska-Korzeniewska, *„Ratowało mnie malarstwo”*…, s. 138.
[67] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/895, s. 100.

został deportowany z Pragi Hanuš Roubíček[68]. Być może wcześniej rozpoczął pracę w ciemni Mieczysław Borkowski, uprzednio pełniący funkcję woźnego. Jako fotograf w getcie pracował również Lajb Maliniak, ale on, poza krótkim okresem w 1943 roku, nie realizował bezpośrednich zamówień Biura, pełniąc funkcję osobistego fotografa Rumkowskiego[69]. W referacie zatrudnieni byli także nadzorujący pracę ciemni fotograf Jakób Guterman[70] i wykonujący odbitki oraz fotomontaże Lew Polakow[71].

Jak widać z opisanej pokrótce historii zatrudnienia w Biurze, pracujący tam kreślarze tworzyli zróżnicowaną i międzynarodową grupę. Znamy przedwojenne prace tylko kilkorga artystów i artystek, szczególnie łódzkich Żydów, publikowane m.in. w czasopiśmie „Forma". W większości, zwłaszcza w przypadku grafików i graficzek reklamowych, ze względu na komercyjny charakter ich działalności praktycznie nie ma sygnowanych prac. Wyjątek stanowi portfolio pochodzącego z Niemiec Hermanna Sonnenfelda, które zachowało się w dokumentach Jüdische Künstlerhilfe, organizacji wspierającej żydowskich artystów[72]. Jednak wprowadzona przez Szwarca stylistyka czerpała zarówno z awangardowych wzorców, jak i z ikonosfery międzywojnia. Graficy musieli znać przyjęte w tym czasie konwencje reklamowe i z powodzeniem je imitowali. Także użycie fotomontażu w latach trzydziestych było powszechne[73], przez co związane z montażem umiejętności należały do podstawowych kompetencji osób pracujących w grafice użytkowej. Niezależnie od preferowanej przez artystów i grafików stylistyki wyraźnie widoczne jest, że to wykształcenie i umiejętność tworzenia wysokiej jakości materiałów graficznych odgrywały decydującą rolę w polityce kadrowej kierownictwa Wydziału Statystycznego – zatrudnianiu, a później awansowaniu lub relegowaniu z pracy poszczególnych twórców. Jest to kolejny argument świadczący o wadze, jaką przywiązywano do profesjonalnego wykonania materiałów i pośrednio o znaczeniu, jakie przypisywano tym materiałom.

Warto odnotować, że Biuro Graficzne nie było jedynym miejscem produkcji materiałów wizualnych w getcie. Z inicjatywy Szyi Klugmana albumy

[68] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/913, s. 2.

[69] *Rozhovor: Roubíček Hanuš*, Archiwum Muzeum Żydowskiego w Pradze, The Oral History Collection, nr 91.

[70] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/13.1/904, s. 378.

[71] Tamże, sygn. 39/278/0/13.1/897, s. 159.

[72] *Sonnenfeld, Hermann*, 1938–1939, Archiwum Leo Baeck Institute, Dora Segall Material, Box: 2, Folder: 8, AR 2124.

[73] Rypson, *Nie gęsi…*, s. 93.

pamiątkowe produkowano także w Wydziale Dywanów, a w niektórych jednostkach, takich jak Straż Porządkowa lub Straż Pożarna, wykonywano albumy samodzielnie lub zlecano je twórcom niezatrudnionym w Biurze Graficznym lub Wydziale Dywanów. Do ich tworzenia nie używano zdjęć lub wykorzystywano je w niewielkiej liczbie, posługując się głównie zdjęciami identyfikacyjnymi, a nie zamawianymi fotografiami powstającymi podczas aranżowanych sesji zdjęciowych specjalnie w tym celu. Współpraca między Biurem Graficznym a Wydziałem Dywanów, jak wynika z listu Klugmana do Centralnego Biura Resortów Pracy dotyczącego pracy nad albumami, nie układała się najlepiej[74]. Materiały wykonywane w innych wydziałach miały charakter półoficjalny – tzn. ich produkcja nie była każdorazowo aprobowana przez kierownictwo, ale przekazywano je w prezencie kierownikom lub samemu Rumkowskiemu, a niektóre z tych albumów skopiowano na potrzeby Archiwum getta. W Biurze Graficznym, według relacji Sary Gliksman (Fajtlowicz), od pewnego momentu powstawały także materiały konspiracyjne, prezentujące prawdziwe dane i ilustrowane zdjęciami wykonywanymi z ukrycia przez Grosmana. Wedle słów artystki materiały te nie zachowały się w rozszabrowanej i spalonej po wyzwoleniu getta kryjówce. Z infrastruktury Biura korzystał także Arie Princ (Arie Ben Menachem), przyjaciel Mendla Grosmana, który stworzył fotomontażowy album odnoszący się krytycznie do przekazu oficjalnych albumów i polityki Rumkowskiego[75].

Funkcje i przekaz

Materiały powstające w Biurze Graficznym miały różne przeznaczenie i adresatów, którzy zmieniali się w czasie czteroletniego działania getta[76]. Wykresy z danymi dotyczącymi śmiertelności sporządzano początkowo na potrzeby niemieckiej administracji, kierującej się założeniami rasistowskiej biopolityki i kwestiami higieniczno-epidemiologicznymi, w tym wykreowanym przez propagandę przekonaniem, że „ludność żydowska

[74] APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/884, s. 9.

[75] Zob. Hanno Loewy, *P.W.O.K. Arieh Ben Menachems Album*, „Fotogeschichte" (1991), nr 39, s. 35–46; Arie Ben Menachem et al., *Getto, terra incognita: The Struggling Art of Arie Ben Menachem and Mendel Grosman. Sztuka walcząca Ariego Ben Menachema i Mendla Grosmana*, Łódź 2009.

[76] Pietroń, *Fotomontaż jako sposób opisu Zagłady*…, s. 57.

jest nosicielem tyfusu”[77]. Tworzone później plansze i albumy powstawały najczęściej z okazji rocznic funkcjonowania wydziałów i były wręczane w prezencie Rumkowskiemu lub produkowane na potrzeby niemieckich wizytacji. Pierwszy album – *Ilustrowany rocznik statystyczny życia w getcie* – również przygotowano na rocznicę Wydziałów Ewidencji[78]. Dokument ten opisywał działanie całej żydowskiej administracji getta. Zawierał liczne tabele statystyczne i był ilustrowany fotomontażowymi kompozycjami, by – jak twierdzili zamawiający – jak najpełniej przedstawić obraz funkcjonowania zamkniętej dzielnicy. Informacje te służyć miały przede wszystkim celom archiwalnym i historycznym. Takie znaczenie przypisywano tym materiałom, określając je także „pracami archiwalno-naukowymi”[79], opracowaniami, które „mogą posłużyć do prac monograficznych”[80], a korzystać z nich mieli przyszli historycy getta. Przy tym ich forma miała zapewniać ich czytelność jako materiałów historycznych, tak jak w przypadku wspomnianego już *Ilustrowanego rocznika statystycznego*: „Abstrahując od wartości artystycznej wspomnianego albumu, jest to dzieło niezwykłej wartości historycznej, zawiera bowiem nie tylko suche liczby, lecz z życia wyjęte obrazki”[81]. Wskazywano przy tym, że ze względu na historyczne przeznaczenie mają one wręcz zbyt szczegółowy charakter dla współczesnego widza[82]. Z tego powodu jeszcze przed zszyciem w całość karty albumów były fotografowane, a później reprodukowane w mniejszym, bardziej poręcznym formacie na potrzeby gettowego archiwum. Wykonywano je często w dwóch językach – niemieckim i jidysz, co świadczy o różnych potencjalnych odbiorcach. Wstęp nieznanego autora do dwutomowego rocznika statystycznego getta, zaprezentowanego podczas pierwszej rocznicy funkcjonowania Wydziałów Ewidencji, potwierdzał takie przeznaczenie albumów: „Jednak ze wszystkich rzeczy ten album jest dokumentem, który będzie świadczył nie tylko w teraźniejszości, ale także w przyszłości o tym, co siła woli i energia jednego człowieka, z pomocą lojalnych i oddanych współpracowników stworzyła z niczego”[83]. Oprócz swojej historycznej funkcji albumy były pamiątkowym prezentem

[77] Raul Hilberg, *Zagłada Żydów europejskich*, tłum. Jerzy Giebułtowski, t. 1, Warszawa 2014, s. 261.

[78] *Kronika getta łódzkiego 1941–1944*…, t. 1, s. 229.

[79] *Statistische-Abteilung*…, s. 200.

[80] *Mowy Prezesa Rumkowskiego*, APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/14/1090, s. 4.

[81] *Opracowanie o Biurze Meldunkowym*…, s. 13.

[82] Tamże.

[83] *Lodz, Poland, 1940–1941. The Ghetto's Annual Statistical Report*, 1941, AYV, Photo Collection [dalej: PC], sygn. FA 74(1)/XIV.

wręczanym Rumkowskiemu, Biebowowi lub innym wysokiego szczebla urzędnikom i odgrywały istotną rolę w systemie „protekcji”[84] – zapewniając przychylność, ale też obdarowani zazwyczaj odwzajemniali się ofiarodawcom dodatkowymi przydziałami żywnościowymi.

Kolejne, wykonane po *Ilustrowanym roczniku statystycznym* albumy nadal tworzono z myślą o przyszłości, ale zyskiwały one nowe, dodatkowe funkcje. W *Encyklopedii getta* określano je mianem „szkoleniowych” i „propagandowych”[85]. Szkoleniowe funkcje, dzięki wizualizacji danych statystycznych, miały uświadamiać i ułatwiać zrozumienie funkcjonowania administracji jej przedstawicielom. W *Opracowaniu o Wydziale Meldunkowym i Statystycznym* opisywano sytuację, w której kierownik jednej z jednostek w przygotowanych do albumu danych „ze zdziwieniem ujrzał siebie w zwierciadle swej działalności”[86]. Termin „propaganda” w międzywojniu nie był tak negatywnie nacechowany i nierozłącznie związany z totalitarnymi reżimami, jak ma to miejsce dziś[87]. Był on praktycznie tożsamy i często wymiennie używany z reklamą i tak można rozumieć znaczenie tej funkcji materiałów wymienionej w *Encyklopedii getta*. Wraz z rozwojem produkcji w getcie zaczęto tworzyć coraz więcej materiałów o charakterze reklamowo-katalogowym. Ukazanie sprawnego działania administracji oraz wydajnej produkcji służyło przekonaniu niemieckiej administracji o sensowności dalszego istnienia getta, a rozbudowane szczegółowe opisy procesu produkcji i katalogowe przedstawienia produkowanych w getcie towarów miały za zadanie zachęcać niemieckie firmy do składania zamówień (zob. il. 7). Zamieszczano w nich nie tylko zdjęcia, lecz również miniaturowe modele produkowanych w zakładach towarów, jak w przypadku albumu Resortu Cholewkarskiego, gdzie druga część albumu pełna jest naklejonych na karty, wykonanych ze skóry i materiału cholewek butów[88]. Co znamienne, jeśli w albumie umieszczano zdjęcia ubrań, to noszącym je modelkom i modelom zaciemniano twarze lub wycinano głowy, by przeznaczone na niemiecki rynek ubrania nie były prezentowane przez modeli o żydowskiej fizjonomii lub by – zgodnie z antysemickimi prawami – nie trzeba było modelom przyszywać „łat”[89]. Czasem wycięte głowy zastępowane były

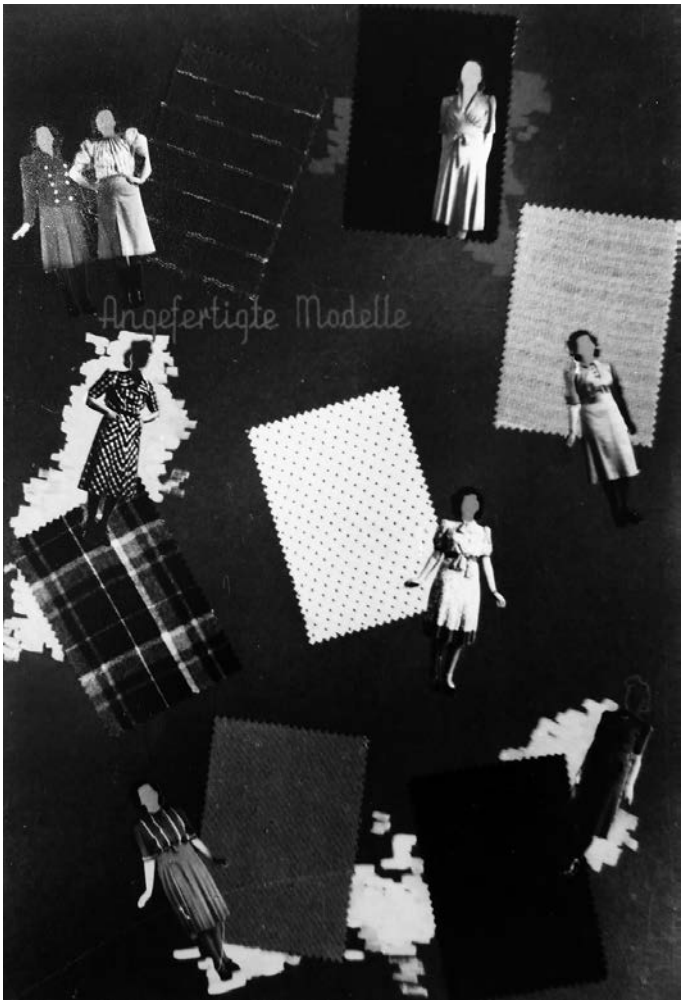
[84] b., *Protekcja*, [w:] *Encyklopedia getta…*, 166.
[85] *Statistische-Abteilung…*, s. 200.
[86] *Opracowanie o Biurze Meldunkowym…*, s. 13.
[87] Jonas Staal, *Propaganda Art in the 21st Century*, Cambridge–London 2019, s. 33.
[88] *Lodz, Poland. An album depicting work in the shoemaking department in the ghetto, managed by Lew Berenstein*, 1942, AYV, PC, sygn. FA47/66-83.
[89] *Wäsche- und Kleider Abteilung*, APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/838, s. 9.

konturowymi przedstawieniami manekinów z popularnymi w tamtym czasie w Niemczech fryzurami (zob. il. 8). Najwięcej takich fotomontaży znalazło się w albumie Wytwórni Sukien i Bielizny. Albumy te także były reprodukowane i świadczyć miały w przyszłości o wydajnej produkcji getta.

Il. 7. Strona z wykonanej w getcie reprodukcji albumu *Działalność Resortów Szewskiego II i Marysin* ukazująca wykańczanie produkowanych tam pantofli, 1943. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/12/836, s. 39

W 1942 roku powstał w Biurze Graficznym wyjątkowy album przeznaczony dla Hansa Biebowa. Został on zamówiony przez pracowników Wydziału Tekstylnego Gettoverwaltung – niemieckiej administracji getta – z okazji drugiej rocznicy funkcjonowania tej jednostki. Album ma taką samą strukturę jak albumy wykonywane na rocznice wydziałów żydowskiej administracji. Został stworzony w tej samej stylistyce, przy użyciu fotomontaży, i także ukazywał wydajną pracę Żydów. Wspomniany album wyróżnia się tym, że przedstawiono w nim Niemców – zawiera ilustracje ukazujące kobiety i mężczyzn, cywilów i żołnierzy (zob. il. 9) zgodnie z niemieckimi wzorcami rasowymi. W albumach zamawianych przez Judenrat nie pojawiają się wizerunki Niemców i bezpośrednie odwołania do Rzeszy, co

było zapewne wynikiem autocenzury, by uniknąć potencjalnych zarzutów związanych z przedstawianiem Niemców obok Żydów, a także być może w związku z chęcią ukazania przyszłym odbiorcom bardziej autonomicznego charakteru getta.



Il. 8. Strona z przygotowanej na potrzeby gettowego Archiwum reprodukcji albumu Wydziału Sukien i Bielizny. Modelkom na fotografiach wycięto twarze lub głowy. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/12/838, s. 9

Il. 9. Strona z albumu wykonanego dla Hansa Biebowa z okazji drugiej rocznicy działania Wydziału Tekstylnego Zarządu Getta, informująca, że Wydział Płaszczy Gumowych od maja 1940 roku produkował na zamówienie Wehrmachtu, 1942. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, Zbiór albumów ikonograficznych, 39/607/264, s. 28

Pod koniec 1943 i w 1944 roku zaczęły częściej pojawiać się także albumy z tekstami jedynie w języku jidysz (pierwszy i przez długi czas jedyny taki album – Wydziału Naprawy Maszyn do Szycia – wręczono w grudniu 1942 roku), co wiązało się zapewne z dochodzącymi do getta wiadomościami o zbliżającym się froncie, perspektywą bliskiego końca wojny i porażki III Rzeszy. Albumy te mogą się wiązać z opisywanym przez Jakuba Poznańskiego zjawiskiem zbierania przez wysokich rangą urzędników żydowskiej administracji dokumentów, mogących stanowić alibi po wojnie i ukazać ich w pozytywnym świetle[90]. Wyeliminowanie języka oprawców mogło mieć na celu stworzenie dokumentów, które nie będą podkreślały współpracy i sugerowały działań związanych z realizowaniem niemieckich rozkazów.

[90] Jakub Poznański, *Pamiętnik z getta łódzkiego*, Łódź 1965, s. 75.

Analizując z dzisiejszej perspektywy przekaz tych dokumentów, wyraźnie widać, że opisywały one funkcjonowanie getta za pomocą środków perswazyjnych typowych dla propagandy. Spośród wielu definicji propagandy chciałbym w tym miejscu przywołać jedną – skoncentrowaną na komunikacji definicję Gartha S. Jowetta i Victorii O'Donell, stwierdzającą, że „propaganda jest celową, systematyczną próbą kształtowania percepcji, manipulowania poznaniem i kierowania zachowaniem w celu osiągnięcia reakcji, która wspiera pożądany zamiar propagandzisty"[91]. Poszczególne elementy tej definicji pozwalają wskazać na charakterystyczne cechy przyjętej przez Judenrat strategii komunikacyjnej.

Produkcja materiałów w Biurze Graficznym była działaniem o określonych celach i konsekwentnie realizowanym. Do ich tworzenia powołano specjalną jednostkę w ramach żydowskiej administracji i wymagało to dużego nakładu sił i środków. Zatrudniono kilkanaście wykwalifikowanych osób i użyto dużych ilości materiałów graficznych i fotograficznych mimo gospodarki niedoborów w getcie. Konsekwentnie stosowano też jedną określoną stylistykę. Materiały były wykorzystywane w getcie, ale poddawano je też archiwizacji, a kopie miały służyć po wojnie jako materiał historyczny. Produkcja tych materiałów była systematyczna – powstawały one w związku z cyklicznymi wydarzeniami, rocznicami wydziałów i fabryk.

Dokumenty te były próbą kształtowania percepcji i manipulowania poznaniem poprzez kreowanie pożądanego przez zamawiających obrazu getta i uwięzionej w nim społeczności. Użyto w tym celu języka statystyki, uznawanego w tamtym okresie za obiektywny sposób opisu świata, oraz fotomontażu, który wraz z danymi miał spełnić funkcję perswazyjną. Narracja koncentrowała się na produktywności, ważnej z punktu widzenia nazistowskiej gospodarki wojennej. Drugim podstawowym tematem była poprawa warunków życia w getcie. Szczególnie sanitarnych, co było związane z niemieckim obsesyjnym lękiem przed epidemiami, przede wszystkim tyfusem, z którym nazistowska propaganda utożsamiała Żydów. Wykorzystanie danych pozwalało na opisanie wybranego aspektu rzeczywistości w przekonujący i pozytywny, ale jednocześnie abstrakcyjny sposób. Ten rodzaj „wizualnej retoryki używanej do wyrażania kluczowych komunikatów politycznych"[92] był szeroko stosowany w celach analitycznych

[91] Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, Thousand Oaks 2015, s. 7.

[92] Murray Dick, *The Infographic: A History of Graphics in News and Communications*, Cambridge 2020, s. 3.

i propagandowych również przed wojną[93]. Podobną rolę odgrywał fotomontaż, który pozwalał wyciąć niechciane fragmenty zdjęć lub dodać coś, czego brakowało. Dokumenty wykonane w Biurze przedstawiają więc obraz daleki od rzeczywistości, a w najlepszym razie niepełny. Ikonografia i stylistyka albumów i plansz także miały charakter perswazyjny ze względu na wartości i skojarzenia, jakie niosło użycie geometrycznych wzorów w grafice.

Materiały te miały wpłynąć na decyzję Niemców o przedłużeniu istnienia getta. Jak wiemy, jego produktywność doprowadziła do dłuższego funkcjonowania od innych gett, a dokumenty te były elementem skupionej na osiągnięciu tego celu polityki. Niestety, nie da się określić, na ile same materiały wpływały na decyzje o zlecaniu prac w fabrykach getta, choć w skróconej wersji *Opracowania…* anonimowy autor wspominał pozytywną rolę materiałów statystycznych w kryzysowych sytuacjach getta: „Niejednokrotnie dzięki jego materiałowi liczbowemu udawało się czynnikom miarodajnym skutecznie interweniować w Berlinie, Poznaniu lub na miejscu i odwrócić grożące nieszczęścia”[94]. Niemniej jednak, ze względu na kolejne etapy Zagłady, materiały te nie spełniły swojej propagandowej funkcji przewidzianej na czas po wojnie. Co więcej, ich przekaz i kontrowersje wokół postaci Rumkowskiego sprawiły, że stały się materiałem problematycznym i nieczytelnym – także ze względu na swój reklamowy przekaz i stylistykę niezgodną z decorum Zagłady[95].

Albumy i plakaty powstałe w Biurze Graficznym opisywały m.in. produkcję fabryki włókienniczej, wydziałów: butów, cholewek, butów słomianych, ubioru i bielizny, meblowego. Przedstawiano także funkcjonowanie wydziałów: pracy, zdrowia, opieki społecznej, statystycznego, edukacji, domów wypoczynkowych dla dzieci i talonów żywnościowych. Sporządzono także ukazujący panoramę funkcjonowania administracji getta *Ilustrowany rocznik statystyczny*. Mimo różnorodności tematycznej wszystkie te dokumenty charakteryzowały się powtarzalną strukturą narracyjną oraz przede wszystkim odwołującym się do nowoczesnych wartości przekazem.

Rozpoczynały się zazwyczaj od dedykacji dla Przełożonego Starszeństwa Żydów, Chaima Rumkowskiego (rzadziej innych wysokich rangą urzędników – Arona Jakubowicza, Heleny Rumkowskiej) lub, w przypadku

[93] Tamże, s. 9.

[94] [Opracowania, referaty i notatki], sygn. 39/278/0/14/1096, k. 138.

[95] Leszek Engelking, *Laleczki na sprzedaż. Zabawa w Holokaust i handel Holokaustem*, [w:] *Holokaust – Šoa – Zagłada v české, slovenské a polské literatuře*, red. Jiří Holý, Praha 2007, s. 80.

albumów zamawianych przez niemiecką administrację, dla Hansa Biebowa. Następie prezentowały kierowników jednostki i jej krótką historię, z opisem przezwyciężanych w toku organizowania jednostki trudności. Później przedstawiano urzędników w kolejności zgodnej z biurokratyczną hierarchią wydziału lub resortu. Kolejna część poświęcona była działaniom poszczególnych działów wchodzących w skład opisywanej jednostki lub procesu produkcji wytwarzanego towaru. Popularność tego typu dokumentów wśród administracji getta wiązała się z systemem „protekcji" – chęcią przypodobania się Rumkowskiemu i dzięki temu uzyskania korzyści, m.in. dodatkowych racji żywnościowych będących w getcie na wagę złota. To Przewodniczący Rady Starszych otrzymywał w prezencie większość albumów. Dlatego jako medium pamiątkowe i historyczne, jak mówiła Sara Fajtlowicz, „nie pokazywały prawdy, były raczej tendencyjne, gdyż Rumkowski chciał historii przekazać, że był naszym opiekunem i ojcem"[96]. Na rozpoczynających albumy kartach z dedykacjami dla Rumkowskiego widniały jego podobizny, często wykonane tak, by wiązały się z tematyką albumu. I tak wizerunek Prezesa rozpoczynający album Fabryki Tekstylnej imituje żakardowy wzór[97], a w albumie Resortu Cholewek zrobiony jest z płatów skóry, z której wykonywano buty[98]. W dedykacjach tych Rumkowski określany jest jako „twórca", „organizator" getta i poszczególnych wydziałów, „wskazujący drogę do nowej, wytężonej pracy"[99] (zob. il. 10). Poza dedykacjami dla Prezesa znajdują się w albumach jego liczne przedstawienia – prezentującego rozmieszczenie szpitali, ambulatoriów i aptek w albumie Wydziału Zdrowia albo przemawiającego do tłumu ze swoim sloganem: „Unser einziger Weg ist Arbeit" w albumie Urzędu Pracy[100]. Spora część albumów opisuje aspekty funkcjonowania administracji związane z dziećmi – edukacją, przygotowaniem do pracy, domami wypoczynkowymi dla najmłodszych. W albumach tych Prezes często ukazywany jest w otoczeniu dzieci, jako pełen troski o ich los opiekun, wręczający dzieciom podarunki albo uczestniczący w zabawach[101]. Jest on adresatem tych dokumentów, a jego postać – ich centralną figurą. Przedstawiano

[96] Fajtlowicz, *Testimony of Sara*…, s. 4.

[97] *The Textiles Division*, [1942?], AYIVO, NZC, RG 241, Box: 23, Folder: 1053, s. 1.

[98] *Lodz, Poland. An album depicting work in the shoemaking department*…, sygn. FA47/2.

[99] *The Textiles Division*…, s. 1.

[100] [Album Arbei(t)samtu – Wydziału Pracy. Pracownicy wydziałów, graficzne przedstawienie schematu organizacji, używane druki, objaśnienia historyczne, rozbiórki domów], 1943, APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/825, s. 1.

[101] Zob. *Lodz, Poland. An album prepared for the Judenrat, depicting the activity of the ghetto Education Department in Marysin*, 1942, AYV, PC, sygn. FA48/A.

Il. 10. Zdjęcie dedykacji dla Rumkowskiego otwierającej album Wytwórni Sukien i Bielizny. Kompozycja składa się z fotomontażu umieszczonego na tle wielokrotnie powtarzającego się od góry do dołu napisu w jidisz: „Naszą drogą jest praca", 1942. Ze zbiorów Archiwum Państwowego w Łodzi, APŁ, PSŻ, 39/278/0/14/1123, k. 14

go jako męża opatrznościowego, który organizuje getto i daje mu szanse transformacji w duchu nowoczesnych wartości. Ze stwarzanych przez niego szans korzystają żydowscy robotnicy przy maszynach, lekarze zajmujący się pacjentami czy młodzież i dzieci przysposabiające się do zawodu. Ukazywani w materiałach żydowscy robotnicy prezentowani są często jako aktywni, dobrze zbudowani, pracujący przy nowoczesnych maszynach, ich wizerunkom towarzyszą slogany podkreślające rolę podejmowanej pracy albo wykresy świadczące o ich wydajności[102]. W wielu materiałach podkreślana jest także transformacja zasobów, szczególnie odpadków, w nowe produkty – jak w albumach Fabryki Tekstylnej i Resortu Cholewek, gdzie podkreśla się ponowne wykorzystanie zgromadzonych w getcie surowców[103]. W materiałach tych oczywiście nie ma miejsca na wzmianki, że tkaniny czy futra pochodziły z przymusowego wykupu, a skórzane przedmioty przerabiane na cholewki – od zagazowanych w Chełmnie Żydów.

Branding getta

Mimo odmiennej tematyki i funkcji, jaką miały w ramach polityki getta, powstałe w Biurze Graficznym dokumenty tworzą korpus, którego łącznikiem jest przede wszystkim przekaz i struktura narracyjna, użycie zwizualizowanej statystyki, ale również przyjęta nowoczesna stylistyka i ikonografia. Jej konsekwentne stosowanie przez posiadające monopol na ich kreowanie władze getta pozwala spojrzeć na te materiały jako na rodzaj polityki wizualnej. Czerpiąc inspirację z pracy Stevena Hellera, *Iron Fists: Branding the 20th Century Totalitarian States*[104], w której autor opisuje polityki wizualne dwudziestowiecznych państw totalitarnych, chciałbym spojrzeć na materiały tworzone w Biurze Graficznym jako na narzędzie wykorzystywane do kreowania wizerunku getta – rodzaj brandingu. Jeśli, jak zakładam, żydowska administracja próbowała prowadzić własną politykę wizualną, to musiano się odwoływać do wzorów znanych z przedwojennej ikonosfery (zapewne także do wzorców z nazistowskiej kultury wizualnej, które mogły docierać do getta poprzez niemiecką prasę wydawaną w Litzmannstadt). Opisywane przez Hellera strategie wizualne zarówno państwa nazistowskiego, jak i Związku Radzieckiego, mogły

[102] *Arbeits-Ressort. Gesamtaufstellung Wöchentliche Durchschnittszahlen*, APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/755.

[103] Michna, *The Processing…*, s. 24.

[104] Heller, *Iron Fists…*

stanowić wzór dla getta, działającego w określonym kontekście historycznym. Nie sposób też pominąć odwołań do postulowanej lub pożądanej państwowości getta obecnej w materiałach powstających pod auspicjami żydowskiej administracji i w wypowiedziach Rumkowskiego, który określał zamkniętą dzielnicę Łodzi mianem „żydowskiego państewka”[105]. Getto było jednocześnie największym obozem pracy przymusowej w Europie, dążącym do pozyskania jak największej liczby zamówień, również na cywilnym rynku, co sprawiało, że część tych materiałów miała także funkcję reklamową i ich produkcję możemy widzieć jako próbę kreowania komercyjnej marki.

Badacze wskazują na trudności w zdefiniowaniu, czym jest marka i branding, ponieważ są „to wielowymiarowe konstrukcje, które z czasem stały się bardziej złożone”[106]. Marka „to złożony symbol, który reprezentuje różne idee i atrybuty. Mówi konsumentom wiele rzeczy, nie tylko poprzez sposób, w jaki [jej nazwa] brzmi […], ale, co ważniejsze, poprzez zbiór skojarzeń, które zbudowała i nabyła jako obiekt publiczny w pewnym czasie”[107]. Definicja zaproponowana przez American Marketing Association (Amerykańskie Stowarzyszenie Marketingu) określa markę jako: „nazwę, termin, wzór, symbol lub jakąkolwiek inną cechę, która identyfikuje towary lub usługi sprzedawcy jako odróżniające się od towarów lub usług innych sprzedawców”[108]. Mimo podkreślanej pewnej nieuchwytności i złożonej natury marki, różnorodności idei, do których może się odwoływać, oraz zróżnicowanego przekazu, kluczowym elementem jest jej funkcja identyfikacyjna. Początkowo skupione na przekazywaniu informacji o oznaczonych przez nie produktach, takich jak jakość i pochodzenie, marki stały się nośnikiem znaczeń związanych ze statusem i wartościami, które miały reprezentować, a strategie brandingowe miały budować ich określony wizerunek[109]. Branding jest zaś zespołem metod służących kreowaniu wizerunku marki – firmy lub organizacji – w świadomości jej potencjalnych odbiorców. Dokonuje się tego przy użyciu wielu mediów, przy czym od samego początku realizowania strategii brandingowych, na

[105] Monika Polit, *Mordechaj Chaim Rumkowski. Prawda i zmyślenie*, Warszawa 2012, s. 74.

[106] Karl Moore, Susan Reid, *The Birth of Brand: 4000 Years of Branding*, „Business History” 50 (2008), nr 4, s. 420, https://doi.org/10.1080/00076790802106299 [dostęp: 30 czerwca 2024].

[107] Burleigh B. Gardner, Sidney J. Levy, *The Product and the Brand,* „Harvard Business Review” 33 (1955), nr 2, s. 35.

[108] Definicja brandingu zaproponowana przez American Marketing Association na stronie: https://www.ama.org/topics/branding/ [dostęp: 30 czerwca 2024].

[109] Moore, Reid, *The Birth of Brand*…, s. 429.

których wczesne przykłady badacze wskazują już w starożytności, aspekt wizualny i symboliczny był niezwykle istotny w kreowaniu komunikatu[110].

W swojej interpretacji konsekwentne powielanie określonego przekazu i formy materiałów produkowanych w Biurze Graficznym rozumiem jako kreowanie systemu identyfikacji wizualnej getta, będącego rodzajem marki, a jej zastosowanie jako realizację strategii brandingowej, której celem było wykreowanie pożądanego wizerunku getta. Jak pisał Heller, „efektywny branding jest skoncentrowany na głównej narracji"[111], która w przypadku getta miała ukazać zamkniętą dzielnicę jako miejsce wydajnej, racjonalnej pracy, a także pierwszy autonomiczny żydowski organizm[112], miasto państwo, gdzie dokonuje się transformacja żydowskiej społeczności oparta na nowoczesnych i syjonistycznych ideałach.

Analizując polityki państw totalitarnych, Heller wymienia w swojej książce różne narzędzia używane do kształtowania strategii brandingowych. Jednym z głównych były symbole państwowe, które porównuje do logotypu: swastyka, sierp i młot, rózga liktorska[113]. Getto nie posiadało tak pojętego znaku czy symbolu i w obliczu nazistowskiej polityki wobec Żydów i zamkniętej dzielnicy zapewne nie mogło takiego oficjalnie posiadać. Można jednak wskazać na powtarzające się wizualne elementy kompozycji i motywy ikonograficzne, które przyczyniały się do rozpoznawalności oficjalnych materiałów i uczestniczyły w kreowaniu wizerunku getta. Najbliżej formy logotypu był, umieszczony na większości plansz, a także w albumach, napis „Litzmannstadt Getto", o powtarzającym się kształcie. Napis zazwyczaj usytuowany był w nagłówku planszy obok tematu, który opisywała, lub nazwy jednostki i zakresu dat obejmujących prezentowane na niej dane. Wykonywany zazwyczaj tym samym neonowym krojem lub przypominającą go kaligrafowaną pisanką, różnił się od reszty tekstu, zapisanego najczęściej krojem bezszeryfowym. W albumach w tej formie pojawia się rzadziej, choć jest obecny na stronach tytułowych i rozdziałowych m.in. w albumach Resortu Cholewkarskiego. Użycie i wizualne akcentowanie słów „Litzmannstadt Getto" zdaje się przeczyć argumentom, że termin ten stanowił jedynie określenie miejsca, a nie nazwę własną

[110] Tom Blackett, *What Is a Brand?*, [w:] *Brands and Branding*, red. Rita Clifton, John Galbraith Simmons, London 2003, s. 14.

[111] Heller, *Iron Fists*…, s. 9.

[112] Samuel Gringauz, *The Ghetto as an Experiment of Jewish Social Organization (Three Years of Kovno Ghetto)*, „Jewish Social Studies" 11 (1949), nr 1, s. 5.

[113] Heller, *Iron Fists*…, s. 9.

getta[114]. Stosowanie jej w oficjalnych materiałach zamawianych w Biurze Graficznym w powtarzalnej formie wskazuje, że przynajmniej w kontaktach ze światem zewnętrznym żydowska administracja przyjęła taki sposób określania i identyfikowania dzielnicy jako ośrodka produkcyjnego.

Inne często stosowane motywy w produkowanych w Biurze materiałach związane są przede wszystkim z industrialną ikonografią. Są to wszechobecne maszyny – konkretne, jak i ich ikoniczne elementy: koła zębate, pasy transmisyjne czy emblematyczne dla przemysłu tekstylnego szpulki nici, a także kominy, będące charakterystycznym elementem pejzażu przemysłowej Łodzi. Uproszczony, najeżony kominami widok miasta stał się motywem ikonograficznym zaadaptowanym także przez Niemców w materiałach tworzonych po włączeniu miasta do Rzeszy. Także sposób prezentowania robotników – zawsze przy pracy, skupionych na wykonywanych czynnościach aktywnych jednostek, odwołuje się do rozpowszechnionych ikonograficznych wzorców powszechnych w propagandzie wysiłku produkcyjnego.

Użycie tych motywów podkreślało charakter getta jako ośrodka industrialnego. Wszystkie one znalazły się również na projekcie wyemitowanych w getcie znaczków. Fakt zorganizowania konkursu na projekt znaczka pocztowego, będącego jednym z atrybutów państw i posiadających autonomię jednostek terytorialnych, świadczy o aspiracjach władz oraz o chęci prowadzenia polityki za pomocą narzędzi wizualnych. Wizualnym motywem identyfikującym getto, który także znalazł się na znaczkach, a rzadziej pojawiał się w albumach, były przedstawienia konstrukcji najbardziej wyróżniających się w pejzażu dzielnicy – drewnianych kładek przerzuconych nad eksterytorialnymi ulicami Zgierską i Limanowskiego.

Również wykorzystanie w getcie podobizny Rumkowskiego wykazuje podobieństwo do roli wizerunku przywódcy w opisanych przez Hellera strategiach brandingowych państw totalitarnych[115]. Wizerunek Rumkowskiego był praktycznie wszechobecny w getcie. Na wielu fotografiach z getta widać, że portrety Prezesa wisiały w większości pomieszczeń wykorzystywanych przez żydowską administrację, poza tym zawierały je produkowane co roku kalendarze ścienne i kieszonkowe. Warto zaznaczyć, że wszechobecność wizerunku przywódcy nie była w okresie międzywojennym czymś wyjątkowym i charakterystycznym jedynie dla państw totalitarnych. Wystarczy wskazać przykład II Rzeczypospolitej i kultu Piłsudskiego kreowanego

[114] Adam Sitarek, Ewa Wiatr, *Od Redakcji*, „Zagłada Żydów" 16 (2020), s. 17.
[115] Heller, *Iron Fists*…, s. 9.

przez sanację, także poprzez powszechną dystrybucję jego wizerunku. Nie tylko powszechność wizerunku, ale także sposób przedstawiania przywódcy czerpał z ikonografii władzy totalitarnej czy autorytarnej. Wiele kompozycji ukazuje postać Rumkowskiego górującego nad tłumem, z ręką wzniesioną do góry w geście przywódcy. Innym typowym rodzajem reprezentacji przywódcy są przedstawienia z dziećmi. W swojej polityce Rumkowski deklarował szczególne znaczenie opieki nad dziećmi i znajduje to odzwierciedlenie w materiałach z Biura i sposobie reprezentowania Prezesa jako roztaczającego opiekę dobrego ojca[116]. Kolejnym podobieństwem do opisywanych przez Hellera przykładów brandingowej narracji – tworzonej w materiałach zamawianych w Biurze Graficznym – jest wykorzystywanie haseł i sloganów. W przypadku getta było to m.in. słynne motto Rumkowskiego „Naszą jedyną drogą jest praca" lub wariacje na jego temat, które pojawiały się zarówno w dokumentach, jak i w przestrzeni organizowanych w getcie wystaw[117]. Inne dotyczyły kwestii produkcji. Propagandowe hasła często pojawiały się także w albumach związanych z opieką nad dziećmi i systemem edukacji.

Również użycie fotografii w narracji materiałów wykonywanych w Biurze Graficznym można kojarzyć z działaniami reklamowymi. Oficjalne zdjęcia robiono na zamówienie Biura. Większość była pozowana i wykonywana we wcześniej przygotowanych do sesji przestrzeniach fotograficznych. Następnie były one dobierane, zestawiane i przycinane tak, by atrakcyjnie ilustrować przedstawiane zjawiska i funkcjonowanie getta[118]. Większość oficjalnych fotografii zachowała się w albumach zawierających stykówki, czyli bezpośrednie odbitki wszystkich klatek negatywu. Stykówki służyły do archiwizacji zdjęć, ale także do wybierania odpowiednich klatek z filmu, co było standardowym zadaniem montażystów i fotoedytorów. Na taką funkcję zgromadzonego w Archiwum getta zestawu zawierających stykówki albumów wskazuje zarówno organizacja tomów, jak i stykówek w ramach poszczególnych albumów – tematyczna, a nie chronologiczna, nastawiona na funkcjonalność i ułatwiająca odnalezienie oraz wybór odpowiednich kadrów dzięki numerom katalogowym przypisanym poszczególnym klatkom. Wykorzystywanie kart ze stykówkami widać na fotografiach ilustrujących pracę Biura Graficznego[119]. Albumy

[116] Tamże, s. 28–29, 157.
[117] *"Unser einziger Weg ist Arbeit"*…, s. 113.
[118] Fajtlowicz, *Testimony of Sara*…, s. 5.
[119] *Abteilungen*…, sygn. 39/278/0/14/1113, s. 1–13.

ze stykówkami stawały się rodzajem banku zdjęć, a z jednej klatki czasem korzystano wielokrotnie. Wykadrowane i zaaranżowane w odmienny sposób, były ilustracjami w różnych albumach, niekoniecznie o tej samej tematyce, i powstających w różnych okresach. Fragmenty tego samego kadru pojawiają się w albumach, których powstanie dzielą nawet dwa lata. Tak jest m.in. w przypadku zdjęcia piekarza niosącego mąkę, które pojawiło w *Ilustrowanym roczniku statystycznym* z 1941 roku[120] i *Albumie Wydziału Wyrobów Kolonialnych i Chleba* z września 1943 roku[121]. Podobnie fotografia dziecka, wykonana najpóźniej na początku 1942 roku, ilustruje *Album Wydziału Zdrowia* z tego samego roku[122] i *Album Wydziału Talonów i Domów Wypoczynkowych* z 1944 roku[123]. Niekiedy z fotografii wykorzystywano tak niewielki fragment, że stawał się on ikonograficznym motywem, jak w przypadku kilku ujęć sięgających po jedzenie dłoni, złożonych w fotomontażową kompozycję w pierwszym tomie albumu Systemu Edukacji[124]. Zdjęcia były zatem w mniejszym stopniu zapisem konkretnego miejsca i czasu, a bardziej surowcem do kształtowania określonego komunikatu.

Istotnym narzędziem w kształtowaniu wizerunku getta było konsekwentne stosowanie geometrycznej stylistyki rozpowszechnionej w industrialnej reklamie międzywojnia, ale czerpiącej również z awangardowych wzorców. Także fotomontaż był nośnikiem nowoczesnych znaczeń. Użycie zwizualizowanych w postaci wykresów i piktogramów danych statystycznych również sugerowało odbiorcy nowoczesny i racjonalny sposób zarządzania. Zadbano także o dobór fontów – posługiwano się nawiązującymi do Futury krojami bezszeryfowymi lub imitowano naśladujący pismo odręczne i szczególnie popularny w niemieckiej grafice reklamowej lat trzydziestych krój Signal[125]. Świadomość roli wizualnego oddziaływania tych materiałów widać w dokumentach opisujących funkcjonowanie Wydziału

[120] *Lodz, Poland, 1940–1941. The Ghetto's Annual Statistical Report*, AYV, PC, sygn. FA74/45a.

[121] [Album *Kolonialwaren und Brot-Abteilung* ofiarowany Rumkowskiemu przez kierownictwo tego wydziału], 1943, APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/834, s. 4.

[122] *Lodz, Poland. Photo album of the institutions of the ghetto health and social welfare departments*, 1942, AYV, PC, sygn. FA46/27.

[123] Album *Fürsorge-Abteilung*, t. 2 [Kolonie, prewentoria, żłobki, dom sierot, bursa, nauka i praca dzieci itd.], https://www.szukajwarchiwach.gov.pl/jednostka/-/jednostka/2796585, 1943, APŁ, PSŻ, sygn. 39/278/0/12/828, s. 14.

[124] *Das Erziehungswerk in Litzmannstadt Ghetto.* I Band: *Das Schulwesen (Education in the Litzmannstadt Ghetto.* Volume I: *The School System)*, 1942, AIVO, NZC, RG 241, Box: 25A, Folder: 1051, s. 12.

[125] Opis historii fontu: https://en.wikipedia.org/wiki/Signal_(typeface) [dostęp: 19 czerwca 2024].

Statystycznego, m.in. w przywoływanym już opracowaniu sporządzonym na potrzeby archiwum, gdzie ich „artystyczność" wiązana jest z łatwością przekazu i perswazyjnością[126]. Użycie środków graficznych służyło głównie wzmocnieniu przekazu, jego uatrakcyjnieniu i uczytelnieniu. Miał się on jednoznacznie kojarzyć z przekazem reklamowym, dlatego powtarza takie konwencje narracyjne, realizując wskazówki, które możemy znaleźć w poradnikach dla przyszłych techników reklamowych i w czasopismach branżowych z lat trzydziestych, m.in. w „Reklamie", organie prasowym Polskiego Związku Reklamowego. Realizowane w getcie albumy przypominają katalogi i broszury przedsiębiorstw pod względem struktury i sposobu kreowania narracji, użycia fotografii i fotomontażu czy też konsekwentnego stosowania i powielania przyjętej stylistyki w ramach obranej strategii. W przypadku getta, tak jak w działaniach brandingowych podejmowanych przez organizmy państwowe czy miasta, mamy do czynienia z kreowaniem całościowego obrazu getta jako sprawnie działającego organizmu i dogodnego miejsca produkcji. Getto nie wytwarzało własnych towarów, które indywidualny konsument miał wybierać wśród produktów marek – realizowane zamówienia były w większości produkcją kontraktową, często z powierzonych materiałów[127]. Dlatego przekaz skierowany był do niemieckiej administracji, wojskowych i przemysłowców. Nawet prezentując przykładowe modele towarów, skupiano się raczej na jakości i wydajności oraz możliwej różnorodności samej produkcji[128]. Tak konstruowany obraz getta w przyjętej strategii przetrwania, w której egzystencja zamkniętej dzielnicy uzależniona była od zamówień zlecanych w gettowych fabrykach, mógł być kluczowy dla powodzenia tych działań.

Oddziaływanie materiałów tworzonych w getcie było ograniczone, dlatego trudno mówić o kreowaniu świadomości społecznej getta poprzez strategię brandingową. Nie należy jednak zapominać, że tworzenie tych dokumentów było obliczone także na przyszłość i w przyszłości miały one budować dla szerszej grupy odbiorców obraz organizacji i zasług władz dzielnicy w przypadku powodzenia przyjętej strategii przetrwania. Kategoria brandingu – tworzenie konkretnej wizji firmy lub organizacji – jest tu przydatna, bo wyjaśnia narrację tych materiałów, opartych na propagandzie, wybiórczo pokazujących rzeczywistość getta, skupionych na kreowaniu

[126] *Opracowanie o Biurze Meldunkowym…*, s. 13.

[127] Schnaus, Smolorz, Spoerer, *Die Rolle des Ghetto Litzmannstadt…*, s. 50.

[128] Cechy te podkreślała także niemiecka administracja getta reklamująca możliwości produkcyjne zamkniętej dzielnicy w prasie branżowej, dążąc do pozyskania zleceń. Zob. tamże, s. 52.

pożądanej wizji zamkniętej dzielnicy. W tym sensie możemy widzieć podejmowane wysiłki jako „antycypację zbiorowej pamięci”[129] o getcie, której obraz w oficjalnych dokumentach był (w założeniu, co dziś wiemy) objęty monopolem Judenratu. Kontrolowaną politykę wizualną skupioną na przyszłości możemy uznać za rodzaj polityki historycznej getta. W związku z porażką przyjętej strategii przetrwania były to działania nieudane i trudno bez poczucia dysonansu oglądać pozytywny obraz pracy przymusowej w getcie[130], trudno też pozytywnie go dzisiaj oceniać. Ale cel kreowanej za pomocą zaawansowanych środków wizualnych wizji getta związany był z przyjętą przez Rumkowskiego bieżącą strategią przetrwania, jak i ze skierowanym w przyszłość świadectwem. Dlatego sięgano po propagandę, wierząc, że podejmowane działania mogą odnieść zamierzony skutek, a getto wraz z uwięzioną w nim żydowską społecznością przetrwa wojnę.

Getto jako przestrzeń żydowskiego życia

W opublikowanym w 1949 roku tekście *The Ghetto as an Experiment of Jewish Social Organization (Three Years of Kovno Ghetto)* żydowski ekonomista Samuel Gringauz wskazywał na trzy perspektywy, z jakich można analizować historię żydowskich gett pod niemiecką okupacją: morfologiczną, filozoficzną i socjologiczną. Morfologiczno-historyczny punkt widzenia skupia się na analizie getta jako etapu zagłady Żydów, umieszczając podstawowe fakty w kontekście historycznych zależności. Perspektywa filozoficzno-historyczna szuka głębszych znaczeń zawartych w określonym biegu wydarzeń, choć – jak podkreślał autor – czas, jaki minął, był jeszcze zbyt krótki, by je uchwycić[131]. Podejście historyczno-socjologiczne, którego zwolennikiem był Gringauz, traktuje getto jako miejsce skupienia żydowskiej wspólnoty narodowej. Dla Gringauza getta były wymuszonym zakończeniem życia w diasporze i „socjologicznie istotnym eksperymentem na żydowskiej społeczności w szczególnie nienormalnych i nadzwyczajnych warunkach funkcjonowania”[132]. Autor podkreśla konieczność

[129] Arjun Appadurai, *Archive and Aspiration*, [w:] *Information Is Alive: Art and Theory on Archiving and Retrieving Data*, red. Joke Brouwer, Arjen Mulder, Susan Charlton, Rotterdam–New York 2003, s. 16.

[130] Zob. Roma Sendyka, *Czuć się nieswojo. O kategorii „awkward” w badaniach kultury*, „Prace Kulturoznawcze” 26 (2023), nr 2, s. 87–99, https://doi.org/10.19195/0860-6668.26.2.5 [dostęp: 30 czerwca 2024].

[131] Gringauz, *The Ghetto as an Experiment*…, s. 3.

[132] Tamże, s. 4.

odróżnienia gett od obozów koncentracyjnych jako odmiennych pod względem socjologicznym etapów Zagłady: „Obóz koncentracyjny był reżimem indywidualnym, getto było reżimem społecznym”[133]. Autor wskazuje na osobne i autonomiczne życie społeczne żydowskich wspólnot w gettach, w których decyzje grupowe nie były podejmowane jedynie na podstawie indywidualnego instynktu przetrwania, ale „z powodu określonych względów religijnych, narodowych i politycznych”[134]. Konsekwencją takiego podejścia jest także zwrócenie uwagi na to, że gett mimo warunków, w jakich funkcjonowały, dotyczyły procesy typowe dla zachodzących we wspólnotach, takie jak kształtowanie się elit, oraz na kontynuacje zjawisk charakterystycznych dla każdej wspólnoty, takich jak np. przestępczość[135].

Gringauz, pisząc swój tekst, miał określoną polityczną, syjonistyczną agendę i widział getta jako pierwsze, poprzedzające powstanie państwa Izrael żydowskie wspólnoty, na co wskazywał Tim Cole[136]. Jednak przyjęcie perspektywy socjologicznej traktującej getta jako przestrzenie społecznego funkcjonowania Żydów, przy jednoczesnym podkreśleniu kontynuacji przedwojennych wzorców, pozwala na zrozumienie wielu działań żydowskiej administracji, które w perspektywie morfologicznej (często prezentystycznej, zakładającej wiedzę o ostatecznym losie ofiar) jawią się jako niezrozumiałe. Każde getto miało własną, odmienną charakterystykę, a Gringauz posłużył się przykładem getta kowieńskiego, którego był więźniem i w którym rola Judenratu była inna niż w Łodzi, a żydowscy zarządcy getta nie byli postaciami tak kontrowersyjnymi jak Rumkowski. Mimo to przyjęcie zaproponowanej perspektywy pozwala dojrzeć znaczenie i rolę działań, które w perspektywie traktującej getto jako przedsionek Zagłady trudno pojąć. Jest tak między innymi w przypadku wykonywanych w getcie przez żydowskich twórców na zlecenie Judenratu materiałów wizualnych. Przyjęcie tej perspektywy umożliwia także zrozumienie sensowności konstruowania przekazu o charakterze propagandowym i reklamowym, który w kontekście sankcjonowanego moralnie i obowiązującego przez wiele powojennych lat (czy nadal, to kwestia na osobny artykuł) decorum Zagłady mógł budzić dyskomfort u odbiorców tych materiałów po Holokauście. Przyjęcie polityki wizualnej

[133] Tamże, s. 5.
[134] Tamże, s. 6.
[135] Tamże, s. 7.
[136] Tim Cole, *Ghettoization*, [w:] *The Historiography of the Holocaust*, red. Dan Stone, New York 2004, s. 69.

getta jako określonej strategii pozwala spojrzeć na te różnorodne tematycznie materiały z Biura Graficznego, ale także na wystawy i znaczki pocztowe, jako część jednej polityki wizualnej, a nie przypadkowy zbiór ciekawostek z Holokaustu. Strategie brandingowe miały nieść określony przekaz reklamowy lub polityczny i budować tego przekazu społeczną świadomość. W przypadku getta – przede wszystkim jako miejsca racjonalnej produkcji, ale też pewnej utopijnej wizji – autonomicznego (do pewnego stopnia) organizmu o charakterze quasi-państwowym, w którym dokonuje się transformacja społeczności według nowoczesnych standardów, zgodna z syjonistycznymi ideami. Pozytywny obraz getta stworzony przez artystów jest również sprzeczny z nazistowską propagandą. Możemy go traktować jako kontrpropagandową próbę podważenia stereotypu „Ostjuden" – w którym Żydzi byli pasożytami, nosicielami chorób i przedstawicielami moralnego upadku. Obraz społeczeństwa getta w albumach był bliższy prezentacji „Aryjczyków" w nazistowskiej propagandzie. Mieszkańców getta przedstawiano jako pracowitych, sprawnych, zdrowych, przestrzegających higieny, aby włączyć ich do społeczeństwa jako wspólnotę reprezentującą nowoczesne wartości. Jedną z najważniejszych ról brandingu jest różnicowanie, a w przypadku tych dokumentów można widzieć je w próbie odróżnienia się od rozpropagowanej wśród współczesnych odbiorców tych materiałów nazistowskiej propagandowej wizji Żydów.

Zaproponowana przez Gringauza perspektywa pozwala także zrozumieć wiele odwołań do kategorii państwa zarówno w wypowiedziach Rumkowskiego, jak i w materiałach tworzonych przez żydowską administrację. Co więcej, przynajmniej w przypadku Łodzi getto mogło się jawić jako tymczasowo bezpieczna przestrzeń – po paru miesiącach łapanek i przemocy na ulicach, które rozpoczęły się po wkroczeniu Niemców do miasta we wrześniu 1939 roku. Organizując getto, Rumkowski, zdeklarowany syjonista o dużych ambicjach, właśnie w żydowskiej autonomii i samoorganizacji, a przede wszystkim we własnej pracy, widział szansę na przetrwanie uwięzionych w getcie. Realizując przyjętą strategię, sięgano do znanych wzorców administrowania, ale także do znanych sposobów sprawowania władzy. Jednym z jej elementów była polityka wizualna. W tym konkretnym przypadku miasta-państwa, będącego jednocześnie wielką fabryką, sięgnięto po politykę wizualną czerpiącą z wzorców komercyjnych, bo to od rozreklamowania getta zależało w oczach władz getta także jego przetrwanie.

W swoim artykule chciałem pokazać[137], że materiały wizualne tworzone w łódzkim getcie warte są analizy nie jako ilustracja czy dekoracja, lecz jako pełnoprawne i tworzone z rozmysłem polityczne narzędzie, a zawarty w nim przekaz – konstruowana konsekwentnie wizja getta – pozwoli na lepsze zrozumienie działań podejmowanych w imię przetrwania. Co więcej, choć produkcja wizualnych materiałów w łódzkim Biurze Graficznym wyróżniała się pod względem skali, na jaką wytwarzano materiały, a także stylem i szerokim użyciem fotomontażu i fotografii, nie są to jedyne tego typu materiały powstałe w gettach znajdujących się pod niemiecką okupacją. Produkcja oficjalnych materiałów wizualnych w specjalnie powołanych do tego, podlegających Judenratom jednostkach nie była niczym niezwykłym w dłużej funkcjonujących gettach, a materiały, niejednokrotnie o podobnym charakterze, z gett w Kownie, Wilnie, Theresienstadt, Częstochowie, Warszawie i Kielcach wciąż czekają na zbadanie.

Bibliografia

1. Źródła archiwalne

Archiwum Instytutu YIVO
Nachman Zonabend Collection, sygn. RG 241, Box: 1, Folder: 74; Box: 17, Folder: 842; Box: 23, Folder: 1051; Box: 25A, Folder: 1053.
Archiwum Instytutu Yad Vashem
O.3 – Testimonies Department, 3222/312.
Photo Collection, sygn. FA46; FA47; FA48; FA48/A; FA 74(1).
Archiwum Leo Baeck Institute, Dora Segall Material, Box: 2, Folder: 8, AR 2124.
Archiwum Muzeum Żydowskiego w Pradze, The Oral History Collection, nr 91.
Archiwum Państwowe w Łodzi
Przełożony Starszeństwa Żydów w Getcie Łódzkim, sygn. 39/278/0/12/828; 39/278/0/12/755; 39/278/0/12/825; 39/278/0/12/828; 39/278/0/12/834; 39/278/0/12/838; 39/278/0/12/869; 39/278/0/12/884; 39/278/0/13.1/888; 39/278/0/13.1/891; 39/278/0/13.1/896; 39/278/0/13.1/902; 39/278/0/13.1/913; 39/278/0/14/1090; 39/278/0/14/1123; 39/278/0/14/1113
Archiwum Żydowskiego Instytutu Historycznego
Dział pamiątek historycznych, sygn. B-177/5.
Przełożony Starszeństwa Żydów w Łodzi (Der Älteste der Juden in Litzmannstadt), sygn. 205/333.

[137] Uwaga od redakcji: Autor nie miał wpływu na formę zdjęć zamieszczonych w tekście.

2. Źródła wydane

Broderson Mojsze, *Jud*, Łódź 1939.

Gurewicz Mojżesz, *O filmie*, „Forma" (wrzesień 1938), nr 6.

Textilzentrum Litzmannstadt. Deutsche Leistung im Osten: Sonderbeilage der "Litzmannstädter Zeitung", „Litzmannstädter Zeitung" (8 marca 1941), nr 68.

Vogel Debora, *Z wystawy Związku Zawodowego Artystów Plastyków we Lwowie*, „Sygnały" 6 (1939), nr 61.

3. Opracowania

Appadurai Arjun, *Archive and Aspiration*, [w:] *Information Is Alive: Art and Theory on Archiving and Retrieving Data*, red. Joke Brouwer, Arjen Mulder, Susan Charlton, Rotterdam–New York 2003.

Ben Menachem Arie et al., *Getto, terra incognita: The Struggling Art of Arie Ben Menachem and Mendel Grosman. Sztuka walcząca Ariego Ben Menachema i Mendla Grosmana*, Łódź 2009.

Bethke Svenja, *How to Dress up in Eretz Israel, 1880s–1948: A Visual Approach to Clothing, Fashion and Nation Building*, „International Journal of Fashion Studies" 6 (2019), nr 2.

Blackett Tom, *What Is a Brand?*, [w:] *Brands and Branding*, red. Rita Clifton, John Galbraith Simmons, London 2003.

Cole Tim, *Ghettoization*, [w:] *The Historiography of the Holocaust*, red. Dan Stone, New York 2004.

Czekalski Stanisław, *Awangarda i mit racjonalizacji. Fotomontaż polski okresu dwudziestolecia międzywojennego*, Poznań 2000.

Dick Murray, *The Infographic: A History of Graphics in News and Communications*, Cambridge 2020.

Encyklopedia getta. Niedokończony projekt archiwistów z getta łódzkiego, red. Krystyna Radziszewska i in., Łódź 2014.

Engelking Leszek, *Laleczki na sprzedaż. Zabawa w Holokaust i handel Holokaustem*, [w:] *Holokaust – Šoa – Zagłada v české, slovenské a polské literatuře*, red. Jiří Holý, Praha 2007.

Frenkiel Jachiel, *Teatr i inna działalność artystyczna w getcie łódzkim w latach 1940–1944*, [w:] *Łódzkie sceny żydowskie. Studia i materiały*, oprac. Małgorzata Leyko, Łódź 2000.

Gadowska Irmina, *Warunki działalności artystycznej plastyków w getcie łódzkim 1940–1944 w świetle źródeł: dokumentacji administracyjnej, wspomnień i relacji świadków*, „Zagłada Żydów" 16 (2020).

Gardner Burleigh B., Levy Sidney J., *The Product and the Brand*, „Harvard Business Review" 33 (1955), nr 2.

Gringauz Samuel, *The Ghetto as an Experiment of Jewish Social Organization (Three Years of Kovno Ghetto)*, „Jewish Social Studies" 11 (1949), nr 1.

Heller Steven, *Iron Fists: Branding the 20th-Century Totalitarian State*, London–New York 2008.

Hilberg Raul, *Zagłada Żydów europejskich*, tłum. Jerzy Giebułtowski, t. 1, Warszawa 2014.

Jowett S. Garth, O'Donnell Victoria, *Propaganda and Persuasion*, Thousand Oaks 2015.

Kemp Wolfgang, *Dzieło sztuki i widz. Metoda estetyczno-recepcyjna*, [w:] *Perspektywy współczesnej historii sztuki. Antologia przekładów „Artium Quaestiones"*, red. Mariusz Bryl i in., Poznań 2005.

Kinzel Tanja, *Im Fokus der Kamera: Fotografien aus dem Getto Lodz*, Berlin 2021.

Kłucis Gustaw, *Photomontage as a New Kind of Agitation Art*, [w:] *Photomontage between the Wars (1918–1939)*, red. Michael Agnew, Madrid 2012.

Kronika getta łódzkiego 1941–1944, oprac. Julian Baranowski i in., t. 1, 4, Łódź 2009.

Kuligowska-Korzeniewska Anna, *„Ratowało mnie malarstwo". Rozmowa z Pinkusem Szwarcem*, [w:] *Łódzkie sceny żydowskie. Studia i materiały*, oprac. Małgorzata Leyko, Łódź 2000.

Loewy Hanno, *"Nähmaschinen-Reparatur-Abteilung": Ein Album von 1943 aus dem Ghetto Lodz, mit einer Vorbemerkung versehen von Hanno Loewy*, „Fotogeschichte" (1989), nr 34.

Loewy Hanno, *P.W.O.K. Arieh Ben Menachems Album*, „Fotogeschichte" (1991), nr 39.

Löw Andrea, *Documenting as a "Passion and Obsession": Photographs from the Lodz (Litzmannstadt) Ghetto*, „Central European History" 48 (2015), nr 3.

Löw Andrea, *Getto łódzkie / Litzmannstadt Getto. Warunki życia i sposoby przetrwania*, tłum. Małgorzata Półrola, Łukasz Pięs, Łódź 2012.

McBride Patrizia C., *The Chatter of the Visible: Montage and Narrative in Weimar Germany*, Ann Arbor 2016.

Michna Paweł, *Modernism in the Lodz Ghetto: A Tentative Interpretation of Forgotten Holocaust Documents*, „Miejsce" (2020), nr 6.

Michna Paweł, *The Processing of Used Clothing as a Survival Strategy: The Łódź Ghetto Textile Industry in Official Visual Documents of the Judenrat*, „Textile" 21 (2022), nr 3.

Moore Karl, Reid Susan, *The Birth of Brand: 4000 Years of Branding*, „Business History" 50 (2008), nr 4, https://doi.org/10.1080/00076790802106299 [dostęp: 6 maja 2025].

Nader Luiza, *The Sticky Spot of Crime: Rethinking Art History in Poland*, 2015, https://ehri-project.eu/sticky-spot-crime-rethinking-art-history-poland [dostęp: 30 czerwca 2024].

Phillips Christopher, *Introduction*, [w:] *Montage and Modern Life 1919–1942*, red. Matthew Teitelbaum, Cambridge 1992.

Pietroń Agata, *Fotomontaż jako sposób opisu Zagłady. Analiza albumów fotograficznych z łódzkiego getta*, praca magisterska, Uniwersytet Warszawski, 2007.

Polit Monika, *Elementy języka propagandy w „Kronice getta łódzkiego"*, [w:] *Pamięć Shoah. Kulturowe reprezentacje i praktyki upamiętnienia*, red. Tomasz Majewski, Łódź 2011.

Polit Monika, *Mordechaj Chaim Rumkowski. Prawda i zmyślenie*, Warszawa 2012.

Poznański Jakub, *Pamiętnik z getta łódzkiego*, Łódź 1965.
Rypson Piotr, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, Kraków 2011.
Schnaus Julia, Smolorz Roman, Spoerer Mark, *Die Rolle des Ghetto Litzmannstadt (Łódź) bei der Versorgung der Wehrmacht und der deutschen Privatwirtschaft mit Kleidung (1940 bis 1944)*, „Zeitschrift für Unternehmensgeschichte" 62 (2017), nr 1, https://doi.org/10.1515/zug-2017-0003 [dostęp: 6 maja 2025].
Sendyka Roma, *Czuć się nieswojo. O kategorii „awkward" w badaniach kultury*, „Prace Kulturoznawcze" 26 (2023), nr 2.
Sitarek Adam, *Otoczone drutem państwo. Struktura i funkcjonowanie administracji żydowskiej getta łódzkiego*, Łódź 2016.
Sitarek Adam, Wiatr Ewa, *Od Redakcji*, „Zagłada Żydów" 16 (2020).
Staal Jonas, *Propaganda Art in the 21st* Century, Cambridge–London 2019.
Struk Janina, *Holokaust w fotografiach. Interpretacje dowodów*, tłum. Maciej Antosiewicz, Warszawa 2007.
Trunk Isaiah, *Łódz Ghetto: A History*, Bloomington 2006.
"*Unser einziger Weg ist Arbeit": Getto in Łódź 1940–1944. Eine Ausstellung des Jüdischen Museums Frankfurt am Main*, red. Hanno Loewy, Gerhard Schoenberner, Wien 1990.

4. Strony internetowe

Definicja brandingu zaproponowana przez American Marketing Association na stronie: https://www.ama.org/topics/branding/ [dostęp: 30 czerwca 2024].
Opis historii fontu: https://en.wikipedia.org/wiki/Signal_(typeface) [dostęp: 19 czerwca 2024].

Paweł Michna
Badacz niezależny
pawelmichna@gmail.com