

Przemysław Krystian Faryś

Łódź

## Damska konfekcja a odzież miarowa – podstawowe różnice i podobieństwa w projektowaniu, wytwarzaniu oraz handlu w drugiej połowie XIX wieku i na początku XX wieku

Women's ready-made and made-to-measure fashion – basic differences and similarities in design, production and trade in the 2nd half of the 19th century and the beginning of the 20th century

**Streszczenie:** Artykuł omawia podstawowe różnice i podobieństwa w projektowaniu, szyciu i handlu pomiędzy klasyczną odzieżą miarową a konfekcją w drugiej połowie XIX i na początku XX wieku. Postępujące uprzemysłowienie oraz rosnąca wydajność XIX-wiecznego przemysłu włókienniczego pozwoliły wykształcić nowy typ odzieży – konfekcję. Masowe szycie w drugiej połowie XIX wieku stało się faktem, a odzież gotowa weszła na europejski i amerykański rynek odzieżowy. Między odzieżą miarową i konfekcją – dwoma odmiennymi typami wyrobów odzieżowych – istnieje wiele różnic, ale i podobieństw.

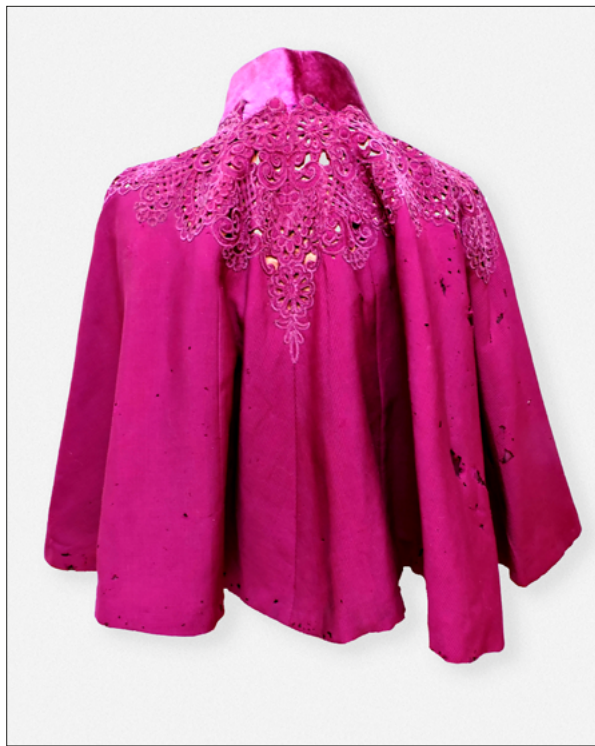
**Słowa kluczowe:** historia tekstyliów, historia konfekcji, odzież w XIX wieku, historia mody, historia przemysłu włókienniczego

**Abstract:** The article presents and briefly discusses the basic differences and similarities in the design, making and trade of ready-made and made-to-measure fashion in the second half of the nineteenth and early twentieth centuries. The growing textile industry allowed to develop a new type of ready-to-wear clothing. Mass production in the second half of the 19<sup>th</sup> century becomes a fact, and ready-made clothes enter the European and American market. Made-to-measure and ready-to-wear – those two different types of clothing products had many differences, but also similarities.

**Key words:** history of textiles, history of ready to wear clothes, 19<sup>th</sup> century clothing, history of fast fashion, history of the textile industry

### Wstęp

Początki prac nad rozwojem wydajności produkcji tekstyliów w oparciu o seryjne wytwarzanie wyrobów o standaryzowanych cechach przypadają na wiek XVIII. Także podejście do zarządzania produkcją i handlem towarami (w tym tekstyliami) według najbardziej innowacyjnych teorii ekonomiczno-technicznych ówczesnych



1. Peleryna wiedeńskiego domu mody Christoph Drecol (ok. 1895 r.). Przykład ubioru szytego na miarę w jednym z najlepszych zachodnioeuropejskich domów mody. Zbiory autora.



2. Peleryna z paryskiego domu towarowego Printeps (ok. 1900 r.). Przykład odzieży konfekcjonowanej, wytwarzanej seryjnie. Zbiory autora.

czasów zaczyna stopniowo opierać się na zasadach kapitalizmu<sup>1</sup>, którego pełen rozkwit przyniesie XIX wiek. Również w polskiej literaturze poświęconej oświeceniowym rozważaniom na temat ekonomii podkreśla się relację pomiędzy rozwojem produkcji a łatwiejszym (w tym tańszym) dostępem do wszelakich dóbr<sup>2</sup>.

Postępująca od końca XVIII wieku industrializacja przyczyniała się do coraz częstszego rozróżniania określeń „manufaktura” i „fabryka”. Wcześniej były one stosowane zamiennie. Jednak wraz z mechanizacją procesów produkcyjnych już u schyłku tego stulecia terminem „fabryka” zaczęto opisywać pierwsze fabryki zdolne wytwarzać duże ilości towarów gotowych z coraz wyraźniejszym udziałem maszyn zasilanych siłą pary wodnej, których pionierskie wykorzystanie w przemyśle tekstylnym zapoczątkowali w latach 80. XVIII wieku Brytyjczycy<sup>3</sup>. Określenie „manufaktura” pozostało dla tradycyjnych warsztatów produkujących w oparciu

1 | DEFOE 1728, s. 74.

2 | *O Fabrykach Krajowych* 1786, s. 30–32.

3 | KOPCZYŃSKI 2009, s. 99–107.

o klasyczne metody rzemieślnicze wspomagane maszynami wymagającymi nadal obsługi ręcznej<sup>4</sup>. W encyklopedii Diderota pod hasłem „handel”<sup>5</sup> możemy przeczytać: *Ekonomiczne wykorzystanie pracy polega na zastępowaniu ludzkiej pracy maszynami i zwierzętami, ilekroć może to obniżyć koszty lub powstrzymać ich wzrost [...]*. Już wówczas uprzemysławianie procesów produkcyjnych słusznie łączono z obniżaniem kosztów wytwarzania dóbr konsumpcyjnych i ich szerszym dostępem na rynku, co z kolei miało być kołem zamachowym dla dalszego rozwoju handlu krajowego i zagranicznego.

Wytwarzanie gotowych prostych modeli odzieży (głównie wierzchniej, ale także prostych spódnic i sukien) praktykowane było już w XVIII wieku przez wiele pracowni krawieckich. Oferta gotowej odzieży nie była eksponowana (szczególnie przez pracownie krawieckie prowadzone przez krawców cechowych, którzy związani byli z rygorystycznymi, często mało elastycznymi prawami cechowymi), ale pozwalała uzyskiwać stały dochód obok pierwszoplanowych zamówień indywidualnych. Szybki dostęp do odzieży gotowej był istotny w dużych miastach, gdzie cyklicznie napływająca klientela (jarmarki, zjazdy polityczne czy uroczystości dworskie), krótko bawiąc w mieście, dokonywała licznych zakupów<sup>6</sup>. W miastach Europy Zachodniej działały już w tym czasie składy odzieży używanej. Zaopatrywało się w nich m.in. mieszczaństwo<sup>7</sup>.

Tym samym zamysł wytwarzania i oferowania odzieży gotowej (tzw. tandety<sup>8</sup>) w postaci najprostszych modeli, ale także bardziej złożonych, od początku oparty był na zaspakajaniu masowych potrzeb poprzez niewygórowane standardy w imię dostępności od ręki i niskiej ceny. Dobrze wykonana odzież – choć o prostym kroju oraz mało wyszukanych materiałach i wykończeniach – mogła znaleźć nabywcę we wszystkich warstwach ówczesnego społeczeństwa.

Nowe rozwiązania techniczno-ekonomiczne (dotyczące produkcji, handlu i transportu) zainicjowane w XIX wieku stanowiły dalszy ewolucyjny, a nie rewolucyjny postęp<sup>9</sup>. Zasady rzemiosła artystycznego oparte na wielowiekowej tradycji w wyniku zwiększającej się globalnej konkurencji (wymuszającej m.in. większy wybór oferowanych towarów oraz skracanie *cyklu życia*<sup>10</sup> nowych wyrobów),

4 | BRAUDEL 2019, t. 2, s. 261, 287.

5 | DIDEROT/D'ALEMBERT 1753, hasło: *handel (commerce)*, s. 697.

6 | *Z dziejów rzemiosła* 1983, s. 174.

7 | LINDEN 2016, s. 4.

8 | Tandeta – określenie stosowane już w XVIII-wiecznej Polsce, odnoszące się do niskiej jakości odzieży gotowej szytej zazwyczaj przez krawców niecechowych, tzw. partaczy.

9 | FARYŚ 2019a, s. 215.

10 | Cykl życia produktu – określenie marketingowe stosowane od końca XX w. odnoszące się do okresu występowania określonego produktu na rynku. Cykl ten dzieli się na kilka podstawowych

wzrostu liczby ludności, ewolucji postrzegania luksusu i rosnącego zaspakajania swoich potrzeb niższego i wyższego rzędu poprzez nabywanie i użytkowanie towarów – ustępowały miejsca produkcji przemysłowej, opartej na masowej wytwórczości w myśl zasady: produkować więcej, szybciej i taniej.

## Czym jest odzież miarowa, czym jest konfekcja

Odzież miarowa drugiej połowy XIX wieku wykonywana była w pojedynczych egzemplarzach na zamówienie dla indywidualnego klienta. Szyto ją w większości ręcznie według miary zdjętej z klienta i na bazie wybranych materiałów oraz dodatków. Przeważnie, chociaż nie zawsze<sup>11</sup>, w trakcie szycia modelu miarowego następowało kilka przymiarek, podczas których sprawdzane były postępy – w tym odpowiednie dopasowanie szytego modelu do klienta.

Odzież konfekcjonowana, wyrastająca z klasycznej odzieży miarowej<sup>12</sup>, miała być projektowana i wytwarzana w sposób masowy w oparciu o powtarzalność i jak największą standaryzację rozwiązań techniczno-artystycznych. Pojedynczy klient stał się masowym odbiorcą, opisywanym głównie poprzez rozmiar i wiek. Konfekcja miała być gotowa do noszenia, dostępna od ręki. Tylko dla najlepszej jakościowo konfekcji opracowywano tzw. modele odpasowane – przystosowane do

etapów: narodziny nowego produktu na rynku, rozwój, dojrzałość – rynkowe nasycenie produktem, śmierć – schyłek sprzedaży. Od strony historycznej ogólny model działań sprzedażowych określonych jako *cykl życia produktów* stosowany był przez kupców powszechnie od setek lat. Nie był on jednak ściśle zdefiniowany w wyniku opracowań naukowych, które obecnie mają duże znaczenie dla rozwoju dziedzin szeroko związanych z ekonomią, w tym szczególnie marketingiem. Więcej zob. m.in. DAY 1981, s. 60–67.

11 W XIX-wiecznych domach mody obsługujących m.in. klientki z odległych stron świata istniała możliwość odszycia stroju na odległość. Klientka, składając takie zamówienie, musiała wybrać model bazowy z ogólnej oferty domu mody (na podstawie którego przygotowywano spersonalizowany strój pod gust klientki) oraz odpowiednio pobrać podstawową miarę. Następnie przesłać do domu mody aktualnie noszony stanik sukni (służył on krawcowym zatrudnionym w domu mody do szczegółowego pobrania miary dla najbardziej złożonej części stroju – stanika). Gotowy model przesyłany był klientce wraz z przysłanym wcześniej do miary stanikiem. Taki sposób działania przybliżał tradycyjne krawiectwo do nowych metod wytwarzania i sprzedaży typowych dla konfekcji. Zob. FARYŚ 2019a, s. 161–162.

12 W układzie chronologicznym odzież miarowa przez setki lat dotyczyła ręcznego szycia w oparciu o standardy wypracowywane przez cechy rzemieślnicze. Krawiec cechowy, posiadając odpowiednie wykształcenie oraz przynależność do cechu rzemieślniczego krawców, mógł przyjmować i wykonywać zlecenia na odzież miarową. Na początku XIX w. na rozwijającym się, szczególnie europejskim rynku handlu tekstyliami (w tym odzieżą) pojawiały się nowe modele biznesowe prowadzenia firm. Pracownice krawieckie i modniarskie przekształcały się w ekskluzywne domy mody, w których obok pierwszoplanowej odzieży miarowej pojawiała się odzież gotowa, nazywana konfekcją. Dopiero wyraźny rozrost najróżniejszych pracowni krawieckich i mniejszych domów mody w Paryżu końca XIX w. wywołał działania organizacyjne ze strony największych wówczas działających paryskich domów mody mające na celu wyszczególnienie czołowych domów mody w ramach zinstytucjonalizowanej izby mody. Zob. MIDZIO 1980, s. 23, 33; SZARADOWSKI 2016, s. 8–9.





3. Wnętrze bluzki gorsetowej paryskiego domu mody Jacques Doucet (ok. 1898 r.) z widocznymi klinami budującymi stanik oraz obszyciem ręcznym krawędzi bardzo delikatnej taftowej podszewki. Zbiory autora.



4. Wnętrze bluzki konfekcjonowanej (ok. 1900 r.) (szytej prawie całkowicie maszynowo) o bardzo uproszczonym kroju i minimalnym wykończeniu z użyciem standardowych rozwiązań konstrukcyjno-estetycznych. Zbiory autora.

**MAGAZYN HENRYKA SCHWARZA** Kraków, Grodzka № 13,  
Telefon 43.  
**Nowości jesienne** WEŁNY, JEDWABIE, **Modele paryskie.** Kostyummy, Żakiety, Okrycia,  
FLANELE. Spódnice, Hałki, Szlafroki, Bluzki.  
**FUTRA, MUŃKI, BOA. Własne pracownie.** Kapelusze, Rękawiczki. **Przy zakupie Rb. po 2.54**

5. | Reklama prasowa krakowskiego domu mody Magazyn Henryka Schwarza. „Świat”, nr 48 (1909).

częściowego dopasowania pod indywidualnego klienta. Proces kilku przymiarek zastąpiono ekspozycją gotowego modelu na wieszaku czy manekinie z możliwością przymierzenia w celu wyboru konkretnego modelu.

Odzież miarowa oparta jest na wielowiekowym klasycznym krawiectwie miarowym. Konfekcja zaczyna coraz wyraźniej pojawiać się na rynku dopiero od lat 30. XIX wieku<sup>13</sup>. Nadal odzież wytwarza się w oparciu o te dwa podstawowe modele projektowania, szycia i sprzedaży. Mimo że odzież gotowa, zróżnicowanej jakości, zdominowała aktualny globalny rynek odzieżowy, nadal opiera się ona na powielaniu, w różnym stopniu, nowych trendów w modzie narzucanych przez czołowe domy mody oferujące klasyczną odzież miarową w ramach kolekcji *haute couture*.

## Projektowanie

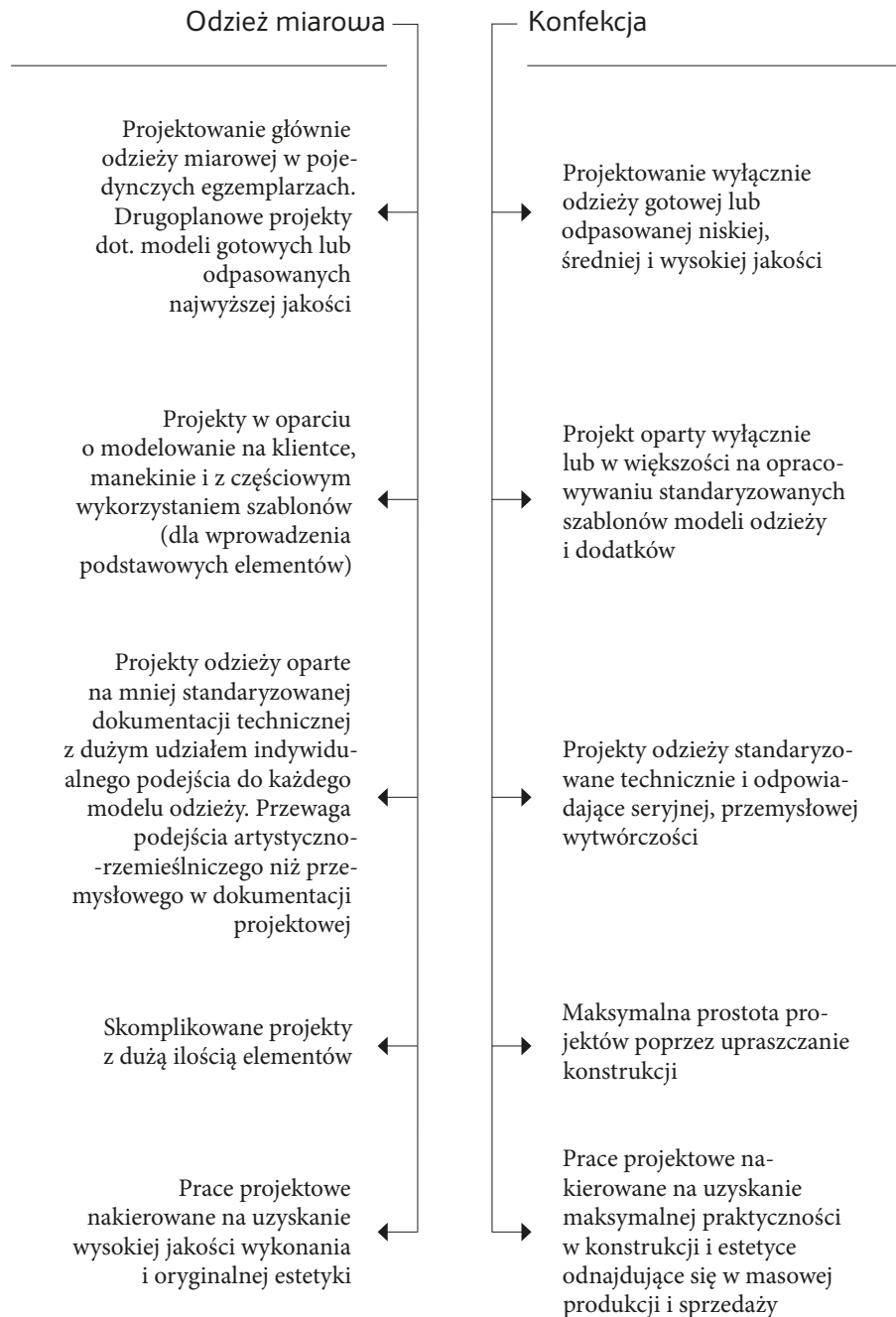
Zarówno konfekcję, jak i odzież miarową projektowano z wykorzystaniem wykrojów opracowywanych w formie szablonów. Także proces stopniowania szablonów pod różne wymiary i proporcje przebiegał, w ogólnym ujęciu, podobnie. Zasadnicza różnica polegała na wykorzystaniu modelowania odzieży (na manekinie czy klientce) i stosowaniu szablonów w trakcie szycia.

Klasyczna odzież miarowa, co do zasadniczej konstrukcji, szyta była w oparciu o opracowane szablony (np. spódnicy, przodu i tyłu stanika sukni, rękawów, stójki). Traktowano je jako bazę wyjściową do dalszych prac. Jednak konieczność indywidualizowania każdego modelu wymuszała dalsze skrupulatne modelowanie każdej sztuki odzieży pod kątem konstrukcyjnym i estetycznym.

W przypadku pospolitej konfekcji<sup>14</sup> proporcje były odwrotne – na pierwszym miejscu szablon. Wystopniowany pod ustalone rozmiary, z zaplanowanymi nadatkami materiałów (szczególnie istotnymi dla modeli odpasowanych) oraz z wąsko określonymi dodatkami – dekoracjami. Brak możliwości personalizowania gotowego modelu (lub bardzo okrojona możliwość) wymuszał konieczność

13 | FARYŚ 2019a, s. 9.

14 | Modele konfekcjonowane projektowane w taki sposób, aby były gotowe do noszenia lub oferowane jako wyroby odpasowane – gotowe do drobnych (zazwyczaj rozmiarowych i dekoracyjnych) dopasowań pod sylwetkę i gusta klienta.



6. | Podstawowe różnice i podobieństwa w projektowaniu odzieży miarowej i konfekcji.

szablonowego opracowywania wszystkich elementów wchodzących w skład zaprojektowanej odzieży<sup>15</sup>. W maszynowej, seryjnej produkcji dla masowego odbiorcy praca na ściśle ustalonych – często mocno uproszczonych w stosunku do odzieży miarowej – szablonach była niezbędna, aby w krótkim czasie móc wypuścić na rynek setki, a nawet tysiące identycznych sztuk odzieży.

Różnice i podobieństwa dostrzec można także w samym przebiegu procesu projektowania. W przypadku szycia na indywidualne zamówienie projektowanie było wieloetapowe. Obok powtarzalnych, podstawowych rozwiązań konstrukcyjnych<sup>16</sup> oraz wyłącznego lub prawie wyłącznego szycia ręcznego i pełnego wykończenia odzieży, proces ten dopełniały sesje przymiarek i konsultacji. Mogły one skutkować zmianami na każdym etapie projektowania oraz szycia. Całość miała charakter zarówno techniczny, jak i artystyczny<sup>17</sup>. Proces ten był nakierowany na uzyskanie bardzo wysokiej jakości i oryginalności każdego modelu odzieży, jednak kosztem czasu i końcowej ceny.

Przy produkcji seryjnej projekty konfekcji musiały mieć charakter zamknięty. Oznaczało to, że proces projektowy należało zakończyć opracowaniem standaryzowanego szablonu i planu seryjnego szycia (z rozpisaniem poszczególnych operacji w prawidłowym ciągu produkcyjnym<sup>18</sup> określonego stroju). Po zatwierdzeniu projektu zmiany nie mogły być wprowadzane. Dzięki temu można było szybko i tanio szyc ogromne ilości standaryzowanych modeli.

## Wytwarzanie

Szycie indywidualnego zamówienia z natury rzeczy musiało przebiegać z uwzględnieniem oczekiwań zamawiającego oraz fachowej wiedzy i umiejętności pracowni krawieckiej. Projektowanie i szycie odbywało się w ramach złożonego procesu,

15 | Na podstawie analiz ofert odzieży konfekcjonowanej paryskich i londyńskich domów towarowych z lat 1870–1914 (w formie: katalogów, inseratów, reklam prasowych) ze zbiorów autora.

16 | W domach mody opierano się na wypracowanych i sprawdzonych krojach bazowych, jednak ich udział w całym procesie projektowym był minimalny i często podlegał dopasowaniom pod indywidualne zamówienie. Przykładowo stanik sukni z przełomu wieków powinien być zbudowany z klinów, mieć wewnętrzny pasek, fiszbinę, czyli dość standardowe elementy w ogólnej zasadzie projektowania ówczesnej modnych strojów.

17 | Niektóre zmiany w dekoracji czy wykończeniu modelu mogły skutkować poprawkami w konstrukcji całego stroju. Tym samym zmiany estetyczne często wpływały na kwestie techniczne.

18 | Ciąg produkcyjny w znaczeniu taśmowego odszycia – szycie w ściśle opisanym porządku w taki sposób, że każda ze szwaczek miała przypisane odszycie konkretnego elementu odzieży. Po wykonaniu przypisanej sobie operacji przekazywała powstającą sztukę odzieży kolejnej szwaczce w celu wykonania kolejnego zabiegu według planu szycia. W oparciu o takie zasady już w drugiej połowie XIX w. odszywano w fabrykach odzież produkowaną w dużych, powtarzalnych seriach.





7. | Podstawowe różnice i podobieństwa w wytwarzaniu odzieży miarowej i konfekcji.

na który składały się konsultacje, przymiarki, poprawki i szycie<sup>19</sup>. W trakcie wykonywania zlecenia projektowanie przeplatało się z szyciem. Aż do ukończenia zamówienia projekt był otwarty na ewentualne zmiany. Szycie miało miejsce zarówno w pracowni, jak i w trakcie przymiarek przy udziale klientki. Cały proces nacechowany był ewoluującymi działaniami artystycznymi, które rozpatrywano wieloaspektowo – estetycznie i konstrukcyjnie. Im bardziej wymagający ubiór, tym więcej zmian mogło być wprowadzanych w trakcie realizacji. Zadaniem projektanta (z fr. *couturier*) i ewentualnie pierwszej krawcowej (z fr. *première*)<sup>20</sup> było przeprowadzenie zamówienia w taki sposób, aby proces powstawania modelu był jak najkrótszy. *Łatwiej było zrealizować zamówienie dla stałych klientek*, ponieważ ich gust i oczekiwania były dobrze znane. Sama klientka, wybierając konkretny dom mody, w pewnym stopniu akceptowała jego styl i panujące w nim zasady.

Szycie przebiegało w sposób tradycyjny – czyli wyłącznie lub prawie wyłącznie ręcznie. Tylko najprostsze, podstawowe szwy (zazwyczaj niewidoczne w gotowym modelu) mogły być wykonane maszynowo<sup>21</sup>. Konieczność czasochłonnego szycia ręcznego nie wynikała tylko z tradycji klasycznego krawiectwa. Delikatność stosowanych materiałów, mnogość szczegółów oraz konieczność uzyskania najwyższej jakości szycia i wykończenia stroju wymagały szycia ręcznego<sup>22</sup>. Przypuszczalnie sprawne ręce dobrej krawcowej zatrudnionej w domu mody były w stanie lepiej i szybciej wykończyć ubiór niż ówczesnie stosowane maszyny do szycia o napędzie ręcznym lub nożnym.

Szycie odzieży gotowej oparte było na masowej produkcji przemysłowej, gdzie złożony proces powstawania pojedynczych egzemplarzy zastąpiono szyciem na akord. Zespół szwaczek odpowiedzialny był za odszycie standardowo opracowanych modeli w jak najkrótszym czasie i w największej liczbie. Liczyło się sprawne szycie (głównie maszynowe – dla konfekcji dobrej i średniej jakości, albo wyłącznie maszynowe – dla najprostszych ubiorów). Szwalnia, w oparciu o przedstawiony algorytm szycia, dzieliła szwaczki tak, aby każda z nich była odpowiedzialna za określony etap szycia. Tym samym w celu uzyskania gotowej sztuki odzieży należało cały czas pracować w oparciu o standardowe i niezmiennie projekty oraz ustalone zasady szycia.

Zarówno odzież miarowa przeciętnej jakości oferowana w postaci modeli częściowo konfekcjonowanych, jak i konfekcja wysokiej jakości dostępna w domach

19 | FARYŚ 2014, s. 163.

20 | YODER 2017.

21 | Na podstawie modeli strojów ówczesnych domów mody ze zbiorów autora.

22 | Na podstawie dokonanych przez autora analiz szycia i wykończenia przykładów strojów paryskich i wiedeńskich domów mody z przełomu XIX i XX w. (domy mody: Jacques Doucet, Gustave Beer, Ch. Dreccoll, Mariano Fortuny) ze zbiorów autora.

towarowych mogły być szyte w ramach pracy zleconej, czyli tzw. chałupniczej. Organizujące się zespoły szwaczek (często przy wsparciu jednej maszyny do szycia) mogły realizować zlecenia spływające z pracowni krawieckich i wielkich magazynów. Pracując z odzieżą o różnej klasie, szwaczki musiały *wykazywać się dużą elastycznością* zarówno w terminowości, jak i uzyskiwanej jakości.

Od połowy XIX wieku modne stały się wyroby odpasowane. Dla tak opracowywanej odzieży należało wprowadzać nieco inne zasady szycia. Szczególnie dotyczyło to wprowadzania do modeli odpowiednio opracowanych naddatków materiałów występujących w określonych miejscach, tak aby można było w razie potrzeby pólgotowy wyrób zwęzić lub poszerzyć pod indywidualny rozmiar klienta.

Pasmanterie w klasycznym krawiectwie były bardzo istotne. Pozwalały one odpowiednio wykończyć każdy model. Tym samym dostęp do dobrych wyrobów pasamonicznych był bardzo istotny. W pracowni krawieckiej sprawne ręce krawcowych mogły z ich udziałem uzyskać indywidualne wykończenia.

W konfekcji, szczególnie tej wytwarzanej masowo, trzeba było posiłkować się pasmanterią odpasowaną. W tym celu opracowywano dla przemysłu konfekcyjnego odpasowane zestawy szarf do sukien wieczorowych, garnitury koronek czy dżetów, które były wstępnie przygotowane w taki sposób, aby można było je dopasować do konkretnego modelu bez czasochłonnego modelowania<sup>23</sup>.

Ówczesny przemysł włókienniczy (bawełniany, wełniany i jedwabny) wytwarzał materiały odzieżowe (tkaniny, dzianiny) o różnej jakości. Szwalnie konfekcji czy domy towarowe zaopatrujące się w materiały rzadko kiedy mogły uzyskać wyłączność na nowe desenie. Cena materiału stanowiła często największy koszt w produkcji, starano się więc w każdy możliwy sposób oszczędzać. Tak projektowano tkaniny i dzianiny, aby wizualnie (ale nie surowcowo) przypominały jak najlepsze gatunki materiałów. Stosowano mieszanki włókien (bawełna z wełną, bawełna z jedwabiem, włókna odpadowe<sup>24</sup> z dobrymi włóknami), a także odpowiednio wykończano materiały, aby wizualnie je uszlachetnić. Otrzymywały one apretury, ich powierzchnie były drapane, czesane lub stosowano taki splot, aby nadać odpowiedni chwyt.

W ekskluzywnej odzieży miarowej nie było miejsca na kompromisy<sup>25</sup>. Stosowano najlepsze materiały o oryginalnych deseniach. Nie oszczędzano na materiałochłonnym kroju i wykończeniach. Dbano także o delikatność materiału – szczególnie

23 | Reklama prasowa domu mody Bogusław Herse. „Tygodnik Ilustrowany”, 1896 (pojedyncza karta z tygodnika), ze zbiorów autora.

24 | Włókna odpadowe pozyskiwano m.in. ze starych szmat, których skup prowadziło wiele ówczesnych fabryk włókienniczych. Wprowadzano także włókna odpadowe w niewielkim udziale procentowym pozyskane z przerobu włókien w danej fabryce.

25 | Ocena na podstawie analizy przykładów strojów paryskich i wiedeńskich domów mody z przełomu XIX i XX w. (domy mody: Jacques Doucet, Gustave Beer, Ch. Drecol, Mariano Fortuny) ze zbiorów autora.

o jego masę, która przekładała się na masę całego stroju. Zwłaszcza w sukniach i okryciach wierzchnich (zarówno spacerowych, jak i wizytowych czy balowych) powszechnie stosowano bardzo delikatne materiały jedwabne, bawełniane i wełniane. Trwałość modeli uzyskiwano przez dobry krój i wykończenie. Z drugiej strony odzież szyta dla najbogatszych nie była intensywnie użytkowana.

## Handel

Rynek handlu odzieżą miarową oraz konfekcją oparty był na wieloaspektowym traktowaniu towarów i kreowaniu ich wartości sprzedażowej. W drugiej połowie XIX wieku, kiedy niekwestionowanymi stolicami mody światowej były Paryż, Londyn, Mediolan czy Wiedeń<sup>26</sup>, najbardziej ekskluzywne domy mody i wielkie domy towarowe, kreując siłę swych marek, a zarazem wszystkich oferowanych w sprzedaży towarów, na różne sposoby podkreślały swoją renomę. Przykładowo nazwy miast *Paris, London, Milan, Vienna* widniejące często na metkach wyrobów wielu pracowni krawieckich<sup>27</sup> czy wielkich magazynów<sup>28</sup> nie tylko określały siedzibę, ale także odnosiły się do szeroko rozumianego luksusu, z jakim kojarzyło się dane miasto. Niezwykle istotne było pochodzenie towaru – prowadzenie działalności w ówczesnych centrach mody, w których podejmowano kluczowe decyzje dotyczące rynku odzieżowego, zwiększało szanse odniesienia sukcesu. Tak dzieje się po dziś dzień, chociaż mniej więcej od połowy XX wieku do czołowych europejskich stolic światowej mody dołączyły m.in. Nowy Jork, Szanghaj i Tokio<sup>29</sup>.

Wyraźnie kształtujący się w XIX wieku konsumpcjonizm rozpatrywany był na dwóch podstawowych poziomach. Pierwszy dotyczył nabywania i użytkowania wszelkich wyrobów zarówno w celu zaspakajania potrzeb podstawowych, jak i dla poczucia luksusu. Drugi odnosił się do konsumpcji dóbr (w tym surowców) w celu produkcji innych towarów<sup>30</sup>. U schyłku XIX wieku zjawisko konsumpcji było

26 | Wśród badaczy historii mody, odzieży czy przemysłu odzieżowego często listę miast (dla XIX i początku XX w.) zawęża się wyłącznie do Paryża i Londynu. W ocenie autora jest to zbyt duże uproszczenie, ponieważ w tym czasie np. Mediolan stanowił ważne centrum europejskiego handlu tekstyliami (m.in. tkaninami odzieżowymi) i tym samym wyraźnie uczestniczył w ówczesnym rynku mody. Wiedeń, szczególnie przełomu wieków, był bardzo ważnym (m.in. z powodu bliskości) miejscem zaopatrywania się w ekskluzywną damską odzież przez klientelę ze Europy Wschodniej (m.in. z Polski). Zob. DĄBROWSKA 2019, s. 30.

27 | Domy mody były nazywane także pracowniami krawieckimi. Powoływane do życia w drugiej połowie XIX w. stanowiły nowy, nowoczesny model biznesowy tradycyjnych pracowni krawieckich.

28 | Wielkie magazyny, czyli duże domy towarowe. Szczególnie określenie francuskie *grands magasins* było bardzo często stosowane w wielu krajach europejskich w drugiej połowie XIX i na początku XX w.

29 | GODART 2014, s. 40.

30 | NEW ENCYCLOPEDIA 1905, t. 5, hasło: *konsumpcja (consumption)*, s. 342–343.

# Dla pań i panien

## !!Ostatnia nowość!!



jedwabne bluzki wysyła-  
my za zaliczeniem  
pocztowem **bez zadatku**  
tylko za 4 r. 25 k., 2  
sztuki 8 r., jedwabne  
bluzki, z 5 arsz. **czy-  
stego jedwabiu**, z haf-  
tem na przodzie, koł-  
nierzu i mankietach po-  
dług ostatniej paryskiej  
mody; przy zamówie-  
niu prosimy wymienić  
żądany kolor jedwabiu  
i haftu; taka sama bluz-  
ka z ażurowym haftem  
o 1 r. drożej. Aksami-

ne bluzki „Menczester“ z zagranicz-  
nym fantazyjnym haftem tylko 5 r. 25 k.,  
2 sztuki 10 r., opłata cła na nasz koszt,  
przesyłka 50 k., na Syberyę 95 k.,  
Adres: (który można stąd wyciąć i na-  
kleić na kopercie albo na odkrytce)  
Jakubowicz Wien 2/3 Unter Augartenstr.  
№ 8—17, Wiedeń II/3, Austria ul. Au-  
gartenstr. № 8—17 Jakubowicz.

P. S. List do Austrii kosztuje  
10 k., odkrytka 4 k. Z zamówieniami  
można się zwracać **w rosyjskim języku.**



Prosimy nie porównywać z war-  
szawskimi bluzkami.

8. | Reklama prasowa gotowych bluzek jedwabnych dostępnych w sprzedaży wysyłkowej.  
„Świat”, nr 50 (1908).



**GOTOWE SUKNIENIE i KOSTYUMY WIOSENNE**  
**OKRYCIA i PŁASZCZE**

wykończane we własnych pracowniach z dobrych materiałów, stanowią dział odrębny, zasługujący na uwagę ze względu na duży wybór, wykwiłtne wykończenie i niskie ceny.

9. | Fragment reklamy prasowej warszawskiego domu mody Bogusław Herse. „Tygodnik Illustrowany”, nr 22 (1910), s. 452.

powszechnie znane i podlegało analizom filozoficzno-ekonomicznym. Jak podkreślano – konsumpcję napędzał szczególnie rynek odzieżowy. Dzięki masowej produkcji konsumpcja mogła stać się powszechna i przebiegać na wszystkich poziomach jakościowych – od wyrobów najtańszych dla konfekcji po najdroższe dla modeli sygnowanych metkami domów mody.

W latach 70. i 80. XIX wieku europejski i amerykański rynek produkcji i handlu konfekcją<sup>31</sup> był już na tyle rozwinięty, że coraz mocniej dyktował nowoczesne zasady sprzedaży oraz kreowania mody poprzez szeroki dostęp do najróżniejszych modeli. Im bliżej przełomu XIX i XX wieku, tym silniej zaznaczał się eklektyzm w modzie<sup>32</sup>. Na bazie ogólnie modnej linii promowano rozmaite modele oraz rodzaje materiałów i kolorystykę. Było to działanie celowe, sterowane głównie przez wielkie domy towarowe oraz pierwszoplanowe domy mody. Tak okiem dziennikarza różnorodność mody została opisana pod koniec XIX wieku:

[...] w nadchodzącym sezonie moda jest tak zmienna, że w tej mierze dorównać jej chyba może zmienność... pogody. Co wczoraj było prawem, już jutro będzie odrzucone [...]. Co począć wobec takiego zamętu? Oto trzymać się „złotego środka” i samemu dyktować sobie prawo, naśladowując w tem pierwszorzędną magazyn<sup>33</sup>, który każdy stara się nadać toaletom naszym swoje odrębne „cachet”<sup>34,35</sup>.

Przełom wieków, a wraz z nim szybki rozwój transportu, poczty oraz prasy powodował, że odległości pomiędzy największymi miastami ówczesnego świata stawały się coraz mniejsze. Przepływ informacji był na tyle sprawny, że nowości w jednej stolicy mody szybko były znane w innej. Największe – jak byśmy to dziś określili – marki odzieżowe ekskluzywnych domów mody i domów towarowych były w stanie

31 | W znaczeniu: odzież, materiały odzieżowe oraz inne towary gotowe.

32 | Wspomina o tym m.in. amerykańska encyklopedia z początku XX w. – NEW ENCYCLOPEDIA 1905, t. 7, hasło: *moda (fashion)*, s. 472.

33 | Chodzi bardziej o pracownie krawieckie i domy mody niż o domy towarowe.

34 | *Cachet* – z fr. piętno, znak, w rozumieniu styl.

35 | *Z dziedziny mody 1895*, s. 278.



realizować (drogą pocztową) dziesiątki<sup>36</sup>, setki i tysiące<sup>37</sup> zamówień z krajów europejskich, Ameryki Północnej, Południowej, Azji czy północnej Afryki. Doświadczone na rynku mniejsze domy mody, oferując własne modele, bacznie przyglądały się trendom narzucanym przez czołowe pracownie paryskie czy wiedeńskie:

[...] przezorni nasi modyści, właściciele znanej powszechnie firmy „Bogusław Herse”, na kampanię mody wiosennej zbroją się w porze, gdy nic jeszcze nie zwiastuje przylotu jaskółek [luty 1911 roku]. „Uprzedzanie wypadków mody” jest stałym hasłem tej firmy [...] Dzięki właśnie podobnej dyrektywie magazyn p. f. „Bogusław Herse” niczem się nie odróżnia [...] od magazynów w stolicach europejskich, gdzie moda pod wodzą Worth’ów, Cheruit’ów, Doeuillet’ów, Doucet’ów, Paquin’ów i innych śle na świat cały swoje gromowładne a z tygodnia na tydzień zmieniające się postanowienia [...]<sup>38</sup>.

Najlepsze – nie tylko pod względem jakości swoich ofert, ale także kontaktów handlowych – domy mody o renomie krajowej (nie międzynarodowej) były w stanie sprowadzać modele z pracowni paryskich<sup>39</sup> i wiedeńskich<sup>40</sup> w celu wzbogacenia własnej oferty.

Globalny przemysł mody – miarowej i gotowej do noszenia – coraz częściej opierał się na nowoczesnych modelach biznesowych charakteryzowanych przez olbrzymie kapitały i nakierowanych na dynamiczny handel:

Uczestnictwo w wytwarzaniu mody ze strony osób pojedynczych, sprawowane zostaje do minimum. Rozstrzyga przedsiębiorca. I z tego źródła płynie często zmiana mody obecnie. Moda dla przedsiębiorcy utraciła wszelką wartość, z chwilą gdy ten wyprzedał cały przygotowany materiał. Wtedy ima się robienia nowej mody [...] Wskutek tego nowa moda, rugując dawną, wyrzuca ze spożycia całą moc przedmiotów, które dawniej długo jeszcze mogły służyć [...] i stwarza w ten sposób olbrzymie koszty zbyteczne w społeczeństwach nowoczesnych [...] oddając panowanie wyłącznie naśladownictwu, odziewając wszystkich według tego samego fasonu [...]<sup>41</sup>.

36 | Dla ekskluzywnych domów mody.

37 | Dla największych domów towarowych.

38 | EOL 1911, [s. 160] nlb.

39 | FARYŚ 2014, s. 54.

40 | Reklama prasowa nowości wiosennych warszawskiego domu towarowego Bracia Jabłkowski z informacją o wystawie nowych modeli paryskich i wiedeńskich. „Tygodnik Ilustrowany”, nr 10 (1911), s. 200.

41 | WIELKA ENCYKLOPEDIA 1890–1908, t. 47–48, hasło: *moda*, s. 286.



11. | Reklama paryskiego domu towarowego Samaritaine. „L'illustration” 1912 (z 12 marca).

Produkcja seryjna rozpatrywana w najszerszym ujęciu stanowiła podstawę nowoczesnych metod handlu, które bazowały na wręcz hurtowej<sup>42</sup> sprzedaży opartej na bardzo szerokim wyborze i ciągłym napływie nowości<sup>43</sup>. Rosnąca dominacja domów towarowych pod koniec XIX wieku oceniana była przez ówczesnych specjalistów handlu zarówno negatywnie, jak i pozytywnie<sup>44</sup>. Odzież konfekcjonowana stanowiła pierwszoplanowy towar ówczesnie działających wielkich magazynów, które obok tekstyliów oferowały także i inne towary<sup>45</sup>.

42 | *Mimo to może on [handel] też przybierać postać olbrzymich składów, zaopatrujących spożywców we wszelkie przedmioty potrzeb. Wtedy staje się tak zwanym handlem magazynowym, albo bazarowym, który w obecnej właśnie chwili coraz bardziej się rozpowszechnia. Wielkie magazyny w rodzaju paryskich: „Louvre’u”, „Printemps” itp. [...] zamawiają dla siebie towary w olbrzymich ilościach, grupują je podług odmian poszczególnych i tak rozsegregowane sprzedają w różnych wydziałach swych składów, gdzie konsument może naraz zaopatrzyć się w najróżniejsze przedmioty po stosunkowo niskich cenach...* Zob. WIELKA ENCYKLOPEDIA 1890–1908, t. 27–28, hasło: handel, s. 343.

43 | *Ibidem*, s. 341.

44 | Więcej zob. MATAJA 1899; FARYŚ 2019a.

45 | Największe domy towarowe posiadały nawet około 100 działów oferujących obok odzieży m.in.: obuwie, wyroby dekoracyjne, meble, zabawki, artykuły gospodarstwa domowego, powozy (na podstawie katalogów paryskich i londyńskich domów towarowych ze zbiorów autora).

Międzynarodowa siła największych marek oraz międzynarodowy handel i szybka wymiana informacji sprzyjały ujednoczeniu mody pomiędzy kontynentami. Ogromny w tym udział miała szczególnie konfekcja, ale i wyroby najlepszych, znanych domów mody, które obsługiwały ograniczoną liczbę najbogatszej klienteli, jednak pochodzącej z różnych stron świata.

Moda jest prawie taka sama w Europie Zachodniej i w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej; to znaczy strój najbogatszej klasy jest niemal taki sam we wszystkich; ubiór robotników, ludzi o umiarkowanej zamożności, niezdolnych do zaspokojenia wszelkich upodobań podąża wolniej, dlatego ubiór urzędnika francuskiego będzie się nieco różnić od ubioru urzędnika angielskiego [...]<sup>46</sup>.

Zwiększająca się liczba dobrych warsztatów krawieckich i wielkich domów towarowych poszerzała rynek handlu. Stwarzała także coraz większą konkurencję i tym samym wymagała większych nakładów i nowych rozwiązań reklamowych. Początkowo najlepsze domy mody – a następnie domy towarowe – wprowadziły metkowanie każdej oferowanej sztuki odzieży. Znaki towarowe pozwalające odróżnić od siebie wytwórców i sprzedawców z jednej strony rozpowszechniały nazwę marki, z drugiej zaś stanowiły, z różnym skutkiem, handlową sygnaturę mającą chronić oryginalne towary przed podrabianiem<sup>47</sup>.

## Podsumowanie

Analizując zasady projektowania, szycia i handlu konfekcją oraz odzieżą miarową, widać, że odzież seryjnie wytwarzana wywodzi się bezpośrednio z klasycznych krawieckich technik szycia. W przypadku konfekcji konieczność uzyskiwania efektu końcowego w postaci dużej liczby gotowych wyrobów wymuszała wprowadzenie daleko idących uproszczeń w projektowaniu i szyciu. Narodziny i szybka ekspansja konfekcji nie byłyby możliwe bez postępu technicznego w przemyśle włókienniczym, który w drugiej połowie XIX wieku potrafił już zasilać rynek w ogromne ilości najróżniejszych materiałów odzieżowych (głównie bawełnianych, wełnianych i mieszanych). Szeroki dostęp materiałów w połączeniu z postępowaniem w szyciu maszynowym oraz nowymi technikami projektowania i taśmowej organizacji szycia w szwalniach pozwoliły wykształcić nowoczesny przemysł

<sup>46</sup> | NEW ENCYCLOPEDIA 1905, t. 7, hasło: *moda (fashion)*, s. 471 (tłum. autora).

<sup>47</sup> | Więcej o problematyce podrabiania tekstyliów również w kontekście historycznym zob. m.in. FARYŚ 2017.





12. | Przykład stemplowej metki odcisniętej na wewnętrznym pasku bluzki gorsetowej sukni spacerowej. Dom mody Gustave Beer, Paryż, ok. 1895. Zbiory autora.

odzieżowy. Seryjna produkcja wymagała szerokiego zbytu. Ekspansja handlu wielkopowierzchniowego w postaci domów towarowych oraz firmy oferujące odzież wysyłkowo (na podstawie katalogów wysyłkowych) nie tylko zapewniły szwalniom przestrzeń zbytu. Największe domy towarowe kształtowały też własne zaplecze produkcyjne, regulując nie tylko handel, ale także ówczesny rynek produkcji odzieży konfekcjonowanej.



## Bibliografia

- BAINES 1835 – Edward Baines, *History of the cotton manufacture in Great Britain*, London 1835.
- Luxury in the Eighteenth Century 2003 – *Luxury in the Eighteenth Century. Debates, Desires and Delectable Goods*, ed. Maxine Berg, Elizabeth Eger, London 2003.
- BOUCHER 2003 – Francois Boucher, *Historia mody. Dzieje ubiorów od czasów prehistorycznych do końca XX wieku*, Warszawa 2003.
- BRAUDEL 2019 – Fernand Braudel, *Kultura materialna, gospodarka i kapitalizm XV–XVIII wiek*, t. 2: *Gry wymiany*, t. 3: *Czas świata*, Warszawa 2019.
- COLEMAN 1989 – Ann Elizabeth Coleman, *The Opulent Era. Fashions of Worth, Doucet and Pingat*, katalog wystawy, Brooklyn Museum, New York 1990.
- DAY 1981 – George S. Day, *The Product Life Cycle: Analysis and Applications Issues*, „Journal of Marketing”, vol. 45 (1981), no 4, s. 60–67
- DĄBROWSKA 2019 – Agnieszka Dąbrowska, *Herse. Warszawski dom mody*, Muzeum Warszawy, Warszawa 2019.
- DEFOE 1728 – Daniel Defoe, *A Plan of the English Commerce*, London 1728.
- de la HAYE/MENDES 2014 – Amy de la Haye i Valerie D. Mendes, *The House of Worth. Portrait of an archive*, Londyn 2014.
- DIDEROT/D’ALEMBERT 1753 – Denis Diderot, Jean D’Alembert, *L’Encyclopédie, autrement nommé le Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, t. III, Paris 1753.
- ENGLISH 1969 – Walter English, *The Textile Industry: An Account of the Early Inventions of Spinning, Weaving, and Knitting Machines*, London 1969.
- EOL 1911 – EOL, *Z dziedziny mody*, „Tygodnik Ilustrowany”, nr 8 (1911).
- EVANS 2013 – Caroline Evans, *The mechanical smile. Modernism and the first fashion shows in France and America, 1900–1929*, New Heaven 2013.
- FARYŚ 2014 – Przemysław Krystian Faryś, *Ubiór kobiety i jego tajemnice 1780–1930. Styl – rzemiosło – produkt*, Warszawa 2014.
- FARYŚ 2017 – Przemysław Krystian Faryś, *Badania odzieży naruszającej prawa własności intelektualnej w aspekcie obrotu na polskim rynku i oceny jej wartości użytkowej*, „Zeszyty Naukowe. Politechniki Łódzkiej”, z. 72. Włókiennictwo, (2017) nr 1216, s. 63–130.
- FARYŚ 2019a – Przemysław Krystian Faryś, *Konfekcja damska 1800–1914. Produkcja – wzornictwo – handel*, Warszawa 2019.
- FARYŚ 2019b – Przemysław Krystian Faryś, *Konfekcja damska na przełomie XIX i XX wieku*, „Spotkania z Zabytkami”, nr 11–12 (2019), s. 14–17.
- FARYŚ 2019c – Przemysław Krystian Faryś, *Konfekcjonowane damskie okrycia wierzchnie na przełomie XIX i XX wieku*, „Mówią Wieki”, nr 9 (2019), s. 56–59.
- FARYŚ 2020 – Przemysław Krystian Faryś, *Damska konfekcja a rozwój techniki ok. 1900 r.*, „Mówią Wieki”, nr 5 (2020), s. 46–49.
- Global Design 2011 – *Global Design History*, ed. Glenn Adamson et al., London– New York 2011. Poz. 21.
- GODART 2014 – Frédéric Godart, *The power structure of the fashion industry: Fashion capitals, globalization and creativity*, „International Journal of Fashion Studies”, vol. 1 (2014), no. 1, s. 39–55.
- HAASE/RASCHE 2019 – Birgit Haase, Adelheid Rasche, Christoph Dreccoll: *Rediscovering the Viennese Worth*, „Costume”, vol. 53 (2019), no. 2, s. 186–206.

- Interwoven Globe* 2013 – *Interwoven Globe: The Worldwide Textile Trade, 1500–1800*, ed. Amelia Pec, New York 2013.
- IWASIŃSKI 2016 – Łukasz Iwasiński, *Próba systematyzacji pojęcia konsumpcjonizm*, „Społeczeństwo i Polityka”, nr 1 (46) (2016), s. 93–107.
- JABŁKOWSKI 2005 – Feliks Jabłkowski, *Dom towarowy Bracia Jabłkowscy – romans ekonomiczny*, Warszawa 2005.
- KOPCZYŃSKI 2009 – Michał Kopczyński, *Ludzie i technika. Szkice z dziejów cywilizacji przemysłowej*, Warszawa 2009.
- KUSIŃSKI/BONISŁAWSKI/JANIK 2009 – Jacek Kusiński, Ryszard Bonisławski, Maciej Janik, *Księga fabryk Łodzi*, Łódź 2009.
- MATAJA 1899 – Wiktor Mataja, *Wielkie magazyny i drobny handel*, Warszawa 1899.
- MICHALAK 2012 – Arkadiusz Michalak, *Interes publiczny i jego oddziaływanie na powstanie, treść i wykonywanie praw własności intelektualnej*, Warszawa 2012.
- MIDZIO 1980 – Stanisław Midzio, *Z dziejów rzemiosła krawieckiego w Warszawie 1339–1980*, Warszawa 1980.
- O Fabrykach Krajowych 1786 – O fabrykach Krajowych*, „Dziennik Handlowy”, nr 1–3 (1786).
- OMILANOWSKA 2004 – Małgorzata Omilanowska, *Świątynie handlu. Warszawska architektura komercyjna doby wielkomiejskiej*, Warszawa 2004.
- ORLIŃSKA-MIANOWSKA 2003 – Ewa Orlińska-Mianowska, *Modny świat XVIII i początku XIX wieku*, Olszanica 2003.
- SZARADOWSKI 2016 – Piotr Szaradowski, *Francja elegancja. Z historii haute couture*, Wrocław 2016.
- NEW ENCYCLOPEDIA 1905 – *The New International Encyclopedia*, t. 5, t. 7, New York 1905.
- TRUBERT-TOLLU et. al 2017 – Chantal Trubert-Tollu, Françoise Tétart-Vittu, Jean-Marie Martin-Hattemberg, Fabrice Olivieri, *The House of Worth 1858–1954. The birth of haute couture*, London 2017.
- WARNER 1921 – Frank Warner, *The silk industry of the United Kingdom*, London 1921.
- WIELKA ENCYKLOPEDIA 1890–1908 – *Wielka encyklopedia powszechna ilustrowana*, t. 27–28, t. 47–48, Warszawa 1890–1908.
- Z dziedziny mody 1895 – Z dziedziny mody* „Tygodnik Ilustrowany”, nr 17 (1895), s. 277–278.
- Z dziejów rzemiosła 1983 – Z dziejów rzemiosła warszawskiego*, red. Barbara Grochulska, Witold Prussa, Warszawa 1983.
- Ziemia Obiecana 2015 – Ziemia Obiecana. Miasto i nowoczesność*, katalog wystawy, Muzeum Historii Polski w Warszawie, Warszawa 2015.

## Netografia

- LINDEN 2016 – Annie Radner Linden, *An Analysis of the Fast Fashion Industry*, Senior Projects, 2016, [http://digitalcommons.bard.edu/senproj\\_f2016/30](http://digitalcommons.bard.edu/senproj_f2016/30) [dostęp 12.07.2021].
- YODER 2017 – Abigail Yoder, *Madame Viot, Caroline Reboux, and the Paris Millinery Trade*, 2017, Saint Louis Art Museum, <https://www.slam.org/blog/a-quintessentially-female-profession/> [dostęp 12.07.2021].
- ZANON 2017 – Johanna Zanon, *La face cachée de la Lune: les ateliers de couture de la maison Jean Patou dans l'entre-deux-guerres*, Open Edition Journals, 7/2017, <https://journals.openedition.org/apparences/1351?lang=fr> [dostęp 12.07.2021].