

Kinga Banasik

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ORCID: 0009-0006-6342-0872

Wizerunek Heleny Rubinstein w pierwszej połowie lat 40. XX wieku na przykładzie wybranych nowojorskich mediów polonijnych. Wstęp do badań

Wprowadzenie. Założenia metodologiczne

Helena Rubinstein najczęściej jest kojarzona głównie jako założycielka firmy kosmetycznej i twórczyni nowoczesnej kosmetologii, była jednak przy tym postacią o barwnym życiorysie, w którym znaleźć można wiele fragmentów odnoszących się do jej tożsamości. Do najpopularniejszych biografii można zaliczyć popularnonaukowe prace Michele Fitoussi¹ oraz Angusa Trumble². Brakuje w nich jednak opisu polskich wątków w niezwykle bogatej historii tej postaci. Tymczasem zasoby Archiwum Narodowego w Krakowie czy Archiwum Fashion Institute of Technology w Nowym Jorku przynoszą wiele informacji na temat rodziny Rubinsteinów, przy tym pozwalają na weryfikowanie dostępnych danych.

Choć sama historia Rubinstein i jej wizerunek medialny pozostają niewystarczająco przeanalizowane, należy wspomnieć o szeregu badaczek i badaczy, którzy podejmowali pokrewną tematykę badań, torując szlak kolejnym naukowcom. Na wspomnienie zasługują z pewnością wyjątkowe

¹ M. Fitoussi, *Helena Rubinstein. Kobieta, która wymyśliła piękno*, tłum. K. Sławińska, Warszawa 2013.

² A. Trumble, *Helena Rubinstein. Australijskie lata*, tłum. K. Karłowska, Poznań 2023.

badania Małgorzaty Dajnowicz³, założycielki Instytutu Studiów Kobietych oraz Jolanty Chwastyk-Kowalczyk⁴. Wizerunkiem medialnym żydowskiej kobiety zajmowali się na przykład Monika Szablowska-Zaremba⁵ i Dariusz Konrad Sikorski⁶. Ciekawe ustalenia przynoszą również badania Agnieszki Goluch⁷.

Celem pracy jest próba charakterystyki wizerunku medialnego Heleny Rubinstein w nowojorskich mediach polonijnych pierwszej połowy lat 40. XX w., zwłaszcza analiza występowania informacji o jej polsko-żydowskiej tożsamości. Okazuje się bowiem, że wśród tysięcy Polaków zwiedzających wystawę „Helena Rubinstein. Pierwsza dama piękna” w Żydowskim Muzeum Galicja (w latach 2022–2023⁸) stosunkowo niewiele osób zdawało sobie sprawę z polskiego pochodzenia bohaterki. Co interesujące, polskie korzenie Rubinstein są częścią powszechnej wiedzy pośród odwiedzających pochodzących ze Stanów Zjednoczonych, w tym członków Polonii. Ta zaobserwowana różnica zainspirowała autorkę niniejszego artykułu do podjęcia próby zidentyfikowania różnic w kształtowaniu wizerunku medialnego Rubinstein w czasie i miejscu, w którym przedsiębiorczyni miała osobisty wpływ na publikowane treści.

Podstawą analiz są najważniejsze, ówczesnie wydawane, polonijne periodyki Nowego Jorku: „Nowy Świat. The Polish Morning World” oraz „Tygodnik Polski”. „Nowy Świat” jest wymieniany wśród trzech najważniejszych tytułów polskojęzycznej prasy lokalnej w Stanach Zjednoczonych⁹, co świadczy o głębokim zaufaniu, jakim darzono tytuł i jego

³ *Historia kobiet. Źródła, metody, kierunki badawcze*, red. M. Dajnowicz, A. Miódowski, Białystok 2022.

⁴ J. Chwastyk-Kowalczyk, *Kierunki badań historii kobiet w Polsce – stan badań i perspektywy na przykładzie wybranych zagadnień*, „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobietych” 2022, nr 1 (12), s. 103–121.

⁵ M. Szablowska-Zaremba, *Wizerunek kobiety nowoczesnej na łamach „Naszego Przeglądu” 1923–1939*, „Prace Literaturoznawcze” 2016, nr 4, s. 115–129.

⁶ D.K. Sikorski, *Kobiety żydowskie w „Miesięczniku Żydowskim”*, „Colloquia Orientalia Bialostocensia” 2015, t. 13, s. 561–570.

⁷ Zob. Mgr Agnieszka Goluch-Dobosz, Instytut Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego, [on-line:] <https://ihs.uw.edu.pl/agnieszka-goluch> – 15.10.2025.

⁸ *Helena Rubinstein. Pierwsza dama piękna*, Żydowskie Muzeum Galicja, 2022 [on-line:] <https://galiciajewishmuseum.org/wystawy/helena-rubinstein-pierwsza-dama-piekna> – 20.10.2025.

⁹ Według badań ankietowych i kwestionariuszowych Małgorzaty Jaroszek, prowadzonych pośród amerykańskiej Polonii, „Nowy Świat” wciąż znajduje się wśród trzech najczęściej wymienianych tytułów polskojęzycznej prasy w Stanach Zjednoczonych i to pomimo faktu, że redakcję zamknięto ponad 50 lat temu. Zob. M. Jaroszek, *Wizerunek mediów polonijnych na podstawie wybranych miast w Stanach Zjednoczonych*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2021, r. 30, nr 3, s. 89.

poczytności w kręgach polonijnych. O drugim tytule Barbara Czarnecka i Rafał Moczko dan pisali następująco:

Wydawany w Nowym Jorku „Tygodnik Polski” był jednym z ciekawszych i ważniejszych czasopism II emigracji niepodległościowej. Przesądzają o tym zarówno nazwiska redaktorów i autorów w nim publikujących, jego merytoryczna zawartość, jak i wykraczający daleko poza miejsce wydawania krąg odbiorców¹⁰.

Dodatkowo badano zachowane zapisy audycji radiowych z udziałem Rubinstein. Na potrzeby prowadzonych kwerend i opracowania wykorzystano metodę biograficzną, bibliograficzną, analizy i krytyki piśmiennictwa, funkcjonalną oraz elementy metody statystycznej. Dokumenty pochodzące z zasobów toruńskiego Archiwum Emigracji zostały poddane analizie ilościowej i jakościowej, co umożliwiło wieloaspektowe ujęcie badanego zagadnienia.

W dłuższej perspektywie autorka niniejszego artykułu zamierza zbadać wizerunek medialny Heleny Rubinstein w szerszym kontekście, poddając analizie źródła zarówno z Australii, Wielkiej Brytanii, Francji, Stanów Zjednoczonych, jak i Polski, czyli z krajów zamieszkiwanych przez przedsiębiorczynię i jej najbliższą rodzinę. W koncepcji procesu badawczego zaplanowano triangulację metodologiczną, łącząc metodę biograficzną, analizę zawartości oraz krytyczną analizę źródeł. Punktem wyjścia do badań są właśnie ustalenia natury biograficznej, mające na celu możliwie rzetelne odtworzenie losów Rubinstein, ze szczególnym uwzględnieniem wątków polskich i żydowskich (zarówno w kontekście tożsamościowym, jak i religijnym), dotychczas niewystarczająco rozpoznanych w literaturze przedmiotu. W poniższym tekście zarysowano jednak wyłącznie problematykę niewielkiego wycinka badań, jakim jest wizerunek przedsiębiorczyni w pierwszej połowie lat 40. XX wieku w Nowym Jorku w najważniejszych ówczesnie lokalnych polonijnych mediach.

Zarys biografii Heleny Rubinstein

Wiele danych związanych z postacią Rubinstein wymaga uściślenia i weryfikacji. Przykładowo odnośnie do miejsca urodzenia Rubinstein Fitoussi podaje:

Rok przed urodzeniem Heleny Hercel i Gitel Rubinstein zamieszkali w Krakowie, przy Szerokiej 14, w niewielkim budynku z czerwonej cegły [...] Jej

¹⁰ B. Czarnecka, R. Moczko dan, „Tygodniowy serwis literacki Koła Pisarzy z Polski” – „Tygodnik Polski” 1941–1947. Bibliografia zawartości, Toruń 2006, s. 6.

dom rodzinny otoczony jest pięcioma synagogami, z siedmiu znajdujących się na Kazimierzu¹¹.

Z kolei Trumble informuje: „Chaja (Helena) Rubinstein urodziła się 25 grudnia 1872 r., w małym mieszkaniu na drugim piętrze, przy ul. Szerokiej 14 na Kazimierzu, w żydowskiej dzielnicy Krakowa w Polsce wówczas pod zaborami”¹².

Natomiast według dokumentów Rubinstein urodziła się 25 grudnia 1872 r. w Podgórzu¹³, nie zaś na Kazimierzu. Podgórze dzisiaj stanowi jedną z dzielnic Krakowa, wtedy było jeszcze oddzielnym miastem. Śladów obecności Rubinsteinów w Podgórzu trudno szukać w innych dokumentach. W spisie mieszkańców z 1870 r. odnajdziemy za to rodzinę Silberfeldów, a wśród nich Gustę, przyszłą matkę Heleny, która często posługiwała się tym imieniem, pozostającą „przy rodzicach”. Dowiadujemy się więc, że pod koniec 1870 r. Gitel-Gusta była wciąż niezamężna oraz – co znamienne – że z Silberfeldami zamieszkiwało w sumie sześcioro ich dzieci oraz dwoje wnuków¹⁴. Ponieważ w krakowskich archiwach brakuje wzmianki o ślubie rodziców Heleny, niewykluczone, że para zawarła wyznaniowy żydowski związek małżeński w Dukli (skąd pochodził ojciec Heleny) w okolicach 1871 r. Na skutek działań wojennych zbiory dukielskich dokumentów zostały w znacznym stopniu zniszczone, zatem prawdopodobnie nigdy nie uda się już ustalić dokładnego przebiegu wydarzeń ani ich dat¹⁵. Nie można jednak wykluczyć, że młodzi małżonkowie pojawiają się w Podgórzu w 1872 r. i początkowo zamieszkują z Silberfeldami i ich wielopokoleniową rodziną. To w ich domu mogła przyjść na świat pierwsza córka Rubinsteinów, co tłumaczyłoby wyraźny dopisek „Podgórze” w rubryce „Miejsce urodzenia”. Dziewczynka po urodzeniu otrzymała imię Chaja¹⁶, ale już kilkanaście lat później zaczęła posługiwać się imieniem Hela¹⁷. Po jakimś czasie od jej narodzin małżeństwo Rubinsteinów przeniosło się na drugą stronę Wisły i to na krakowskim Kazimierzu, w dzielnicy żydowskiej, przywitali na świecie i wychowali swoje kolejne dzieci. Trudno jednak wskazać adres, który mógłby być nazwany ich domem rodzinnym, a to z uwagi na fakt, że bardzo często zmieniali swoje miejsca zamieszkania. Wszystkie

¹¹ M. Fitoussi, dz. cyt., s. 21.

¹² A. Trumble, dz. cyt., s. 73.

¹³ O tym pisała także J. Podgórska, *Zrobiona z kremu i tuszu*. „Polityka”, 1–7 lutego 2023 r., s. 70.

¹⁴ ANK, Spis ludności Krakowa 1870, sygn. 29/93/0/2.1/3, s. 145.

¹⁵ J. Koszczan, J. Koszczan, *Kalendarium zdarzeń różnych z Dukli i okolic (1901–1939)*, t. 2, Dukla 2021.

¹⁶ ANK, Księgi urodzeń, sygn. 29/218/1161, s. 348–349.

¹⁷ ANK, Spis ludności Krakowa, 1890, sygn. 29/88/43, s. 33.

kolejne lokale były przez nich wynajmowane, a lista adresów wydłużała się niemal z każdym rokiem. Po zweryfikowaniu aktów urodzenia kolejnych dzieci Rubinsteinów (a przyszło ich na świat czternaścioro, pozostawiając po sobie bogaty zasób dokumentów archiwalnych) okazuje się, że niemal każde z nich urodziło się pod innym adresem. Kamienica przy ulicy Szerokiej 14, nazywana przez biografów „domem rodzinnym” była przez Rubinsteinów zamieszkiwana jedynie w latach 1880¹⁸ i 1881¹⁹, zarówno w 1879²⁰, jak i 1882²¹ r. znajdziemy ich już w innych miejscach. Zdaje się więc, że lokal przy ulicy Szerokiej 14 mógł zapaść Helenie w pamięć z powodów sentymentalnych. To w latach 1880–1881 zamieszkiwała z nimi służąca, a mieszkanie, choć ciasne, pozwalało na minimum prywatności²². Był to też adres zlokalizowany w samym centrum dzielnicy żydowskiej, w środkowej części jej głównej ulicy. Kilka lat później 10-osobowa rodzina zajmowała już tylko jeden wspólny pokój na drugim piętrze nowopowstałej kamienicy przy placu Bawół²³.

Około 1879 r. Chaja została zapisana do szkoły powszechnej na Kazimierzu. Według ustaleń autorki dziewczynka najprawdopodobniej uczęszczała do placówki mieszczącej się w budynku dawnego ratusza na Placu Wolnica. Do 1886 r. program nauczania w galicyjskich żeńskich szkołach powszechnych obejmował cztery klasy²⁴ i najprawdopodobniej była to całość oficjalnej ścieżki edukacji, jaką przebyła późniejsza przedsiębiorczyni. Chaja uczęszczała najprawdopodobniej do VI szkoły powszechnej na Kazimierzu pod dyрекcją Malwiny Janowskiej²⁵, a edukację zakończyła w lecie 1883 r. Mimo poszukiwań nie udało się dotychczas odnaleźć jej nazwiska wśród uczennic szkół, które umożliwiłyby jej dalszą edukację, a z całą pewnością nie była nigdy studentką Uniwersytetu Jagiellońskiego, jak sama wielokrotnie twierdziła²⁶. Z kolei według dokumentów w 1890 r.,

¹⁸ ANK, Spis ludności Krakowa, 1880, sygn. 29/87/0/1/22, s. 1082.

¹⁹ ANK, Księga obejmująca wpisy wypadków śmierci Izraelitów w okręgu metrykalnym Kraków, rok 1881, sygn. 29/1472/0/3/363, s. 78.

²⁰ ANK, Księga obejmująca wpisy urodzin Izraelitów w okręgu metrykalnym Krakowskim na rok 1879, sygn. 29/1472/0/1/346, s. 242.

²¹ ANK, Księga obejmująca wpisy urodzin Izraelitów w okręgu metrykalnym Kraków, rok 1882, sygn. 29/1472/0/1/365, s. 34.

²² ANK, Spis ludności Krakowa, 1880, sygn. 29/87/0/1/22, s. 1082.

²³ ANK, Spis ludności Krakowa, 1890, sygn. 29/88/0 – 43, s. 33.

²⁴ Zob. *Szematyzm Królestwa Galicyi i Lodomeryi z Wielk. Księstwem Krakowskiem: na rok 1887*, Polona, [on-line:] <https://polona.pl/press/0ec7e419-2ef1-4ec4-8e7c-4887e-8a65a7d/structure> – 20.10.2025.

²⁵ *Szematyzm Królestwa Galicyi i Lodomeryi z Wielk. Księstwem Krakowskiem: na rok 1882*, s. 412, Polona, [on-line:] <https://polona.pl/press/0ec7e419-2ef1-4ec4-8e7c-4887e-8a65a7d/structure> – 20.10.2025.

²⁶ H. Rubinstein, *The Art of Feminine Beauty*, London 1930, s. 16.

mając lat 18, prowadziła rodzinne gospodarstwo domowe, opiekując się licznym rodzeństwem²⁷. To w takich warunkach przyszła przedsiębiorczyni podjęła decyzję o wyjeździe z zatłoczonego Krakowa i to taką historię będzie w przyszłości ukrywać przed światem. Rodzina Rubinsteinów była rodziną żydowską, przywiązaną do zasad judaizmu. Głównym źródłem utrzymania był sklepik z naftą i jajami, prowadzony przez ojca Heleny, Hercla Naftalego Rubinsteina, jego żonę Gitel i najstarsze córki, z których osiem dożyło wieku dorosłego²⁸.

W 1896 r. Rubinstein udała się do Australii, gdzie zamieszkiwało trzech braci jej matki²⁹. Po kilku latach, w 1902 r. otworzyła w Melbourne pierwszy salon urody i już pod koniec tego roku w lokalnej prasie rozpoczęła publikowanie pierwszych ogłoszeń reklamujących jej produkty (początkowo kremy upiększające) i usługi, jak indywidualne konsultacje kosmetyczne³⁰. W ten sposób powstała firma, którą kierowała przez 63 lata, a kilka lat po debiucie otworzyła salony w Londynie i Paryżu. Wszędzie odnosiła sukces i zatrudniała swoje siostry jako bezpośrednie przedstawicielki. Stworzyła tysiące komunikatów medialnych. Pisała (lub też dla niej pisano) zarówno artykuły sponsorowane, jak i reklamy; udzielała wywiadów prasowych, ale wraz z rozwojem nowych mediów bardzo szybko otworzyła się na radio i telewizję.

W 1915 r., kiedy Europa ogarnięta była I wojną światową, Rubinstein podjęła decyzję o podboju ostatniego wymarzonego rynku – Stanów Zjednoczonych. W początkach XX w. Nowy Jork stał się już ogromną metropolią, centrum gospodarczym i kulturowym, które przyciągało ambitnych przedsiębiorców. Pośród nimi znalazła się również Helena Rubinstein. Tu znajdowała się jej główna siedziba aż do śmierci w 1965 r., a jej salony urody zlokalizowane przy Piątej Alei stały się prawdziwymi świątyniami piękna.

Elementem budowy i promocji jej imperium stało się kierowanie komunikatów medialnych przeznaczonych dla Polonii oraz polskiej emigracji, a zjawisko to przybrało na sile wraz z wybuchem II wojny światowej.

Nowojorskie czasopisma polonijne i stacja radiowa WHOM (do 1939 roku)

Według szacunkowych danych Instytutu Józefa Piłsudskiego w Nowym Jorku tylko na przełomie XIX i XX w. z terenów Polski pod zaborami do

²⁷ ANK, Spis ludności Krakowa, 1890, sygn. 29/88/0 – 43, s. 33.

²⁸ ANK, Spis ludności Krakowa, 1890, sygn. 29/88/0 – 43, s. 33.

²⁹ A. Trumble, dz. cyt., s. 77.

³⁰ „The Argus”, nr 17.616 (29.12.1902), s. 3.

Stanów Zjednoczonych wyemigrowało ponad 2 mln ludności³¹. Ta liczna grupa składała się w przeważającym stopniu z migrantów poszukujących stabilizacji ekonomicznej, a część z nich również politycznej. Tę falę, nazywaną często „założycielami Polonii”, charakteryzowało przywiązanie do Kościoła katolickiego i tradycyjnych wartości rodzinnych przy jednoczesnym braku wykształcenia³².

Z kolei lata 40. XX w. to czas napływu kolejnej grupy nazywanej „żołnierzami”³³. Jej specyfiką było zwykle wyższe wykształcenie, silne poczucie tożsamości narodowej i – ponownie – przywiązanie do wartości rodzinnych, ale już utożsamianie się z religią katolicką nie było tak powszechne. Istotną część tej fali stanowiły również osoby pochodzenia żydowskiego.

Wielu przedstawicieli tych grup odczuwało potrzebę tworzenia polonijnej wspólnoty. Początkowo taką funkcję konsolidacyjną pełniły licznie powstające polskie parafie i organizacje społeczne. Jednym z przejawów potrzeby integracji wewnętrznej i współdziałania było także dążenie do stworzenia organu prasowego przeznaczonego dla polskiego odbiorcy³⁴.

Jak pisze Małgorzata Jaroszek, Nowy Jork był miejscem najszybszego rozwoju polonijnych mediów, w szczególności prasy. Zjawisko to wynika bezpośrednio z historii osadnictwa społeczności polskiej w Stanach Zjednoczonych, skupionej często wokół największych miast, głównie Nowego Jorku i Chicago. To w Nowym Jorku w latach 40. XIX w. powstały pierwsze organy prasowe amerykańskiej Polonii: „Poland” oraz „Poland Historical, Monumental and Picturesque”, które jednak nie przetrwały próby czasu. Dopiero około 20 lat później w tym samym mieście powstało pierwsze amerykańskie czasopismo w języku polskim: „Echo z Polski”, następnie kolejne: „Światło” i „Gazeta Nowojorska”. Od lat 70. XIX w. można zaobserwować wzmoczony rozwój polonijnej prasy amerykańskiej, czego wyrazem w Nowym Jorku jest m.in. „Ogniwo”, a w kolejnej dekadzie „Zgoda”, przeniesiona następnie do Chicago³⁵.

W 1919 r. w Nowym Jorku powstał jeden z najważniejszych tytułów prasowych w historii polonii amerykańskiej – dziennik „Nowy Świat. The Polish Morning World”, wkrótce objęty kierownictwem przez Maksymiliana Węgrzynka. Przez ponad 50 lat istnienia czasopismo zgromadziło tysiące wiernych czytelników, podejmując tematy istotne zarówno

³¹ Zob. *Historia Polonii w Stanach Zjednoczonych – masowa emigracja*, Poznań: Historia, [on-line:] <https://poznajhistorie.org/exhibits/show/polonia-w-stanach-zjednoczonych/historia-yyy#:~:text=Wielka%20emigracja%20Polak%C3%B3w%20z%20ziemi,mi-liona%20Polak%C3%B3w%20przyby%C5%82o%20do%20Ameryki> – 7.07.2025.

³² B. Leja, *Polonijna radiofonia w metropolii nowojorskiej*, Toruń 2022, s. 48.

³³ Tamże, s. 50.

³⁴ M. Jaroszek, dz. cyt., s. 83.

³⁵ Tamże, s. 82.

w Polsce, jak i na świecie. Za kontynuatora redakcji uważa się wychodzący od 1971 r. do dzisiaj „Nowy Dziennik”. Czytelnicy „Nowego Świata” często byli przedstawicielami wspomnianych „założycieli Polonii”³⁶. Z kolei „Tygodnik Polski. The Polish Weekly” to czasopismo ukazujące się w Nowym Jorku raz w tygodniu, w latach 1943–1947, tworzone przez środowisko polskiej emigracji. Wśród redaktorów znajdowali się m.in. Jan Lechoń, Kazimierz Wierzyński i Józef Wittlin. Podejmowało tematykę literacką oraz bieżącą, wiele miejsca poświęcało tematom patriotycznym i sytuacji na frontach II wojny światowej. Czasopismo poprzez nieco inny profil trafiło do innego, bardziej wykształconego odbiorcy. Było również tworzone przez grupę osiadłą w Stanach dużo później niż redaktorzy „Nowego Świata”, rekrutującą się spośród fali „żołnierzy”³⁷.

Za pierwszego twórcę polonijnego programu radiowego w Nowym Jorku uznaje się Ludwika (w innych źródłach Leona) Ciecucha, który po zakończeniu I wojny światowej miał prowadzić audycje w stacji WHOM³⁸. Artykuły opublikowane w maju 1942 r., tuż po śmierci Ciecucha głoszą: „Tragiczna i przedwczesna śmierć przerwała życie Leona Ciecucha, od kilkunastu lat kierownika polskich programów radiowych”³⁹. Barbara Leja przywołuje również postaci Kazimierza i Florentyny Jarzębowskich, którzy w latach 50. XX w. przedstawiali swój własny program nadawany na falach tej samej stacji jako „najpopularniejszy i najstarszy”⁴⁰. Można więc wnioskować, że to stacja WHOM, założona w 1930 r., była tą, która jako pierwsza nadawała w metropolii nowojorskiej programy w języku polskim⁴¹, choć początkowo przez krótki czas jej siedziba zlokalizowana była w sąsiednim New Jersey. WHOM emitowała swoje programy w językach lokalnych diaspor, z których najpopularniejszymi były hiszpański, włoski i polski⁴². Zagadnienie początków polonijnej radiofonii w Stanach Zjednoczonych nie zostało rozpoznane w sposób wystarczający, a to między innymi za sprawą istotnych braków w dokumentacji, zapisach i relacjach osób, które tę radiofonię tworzyły⁴³.

³⁶ B. Leja, dz. cyt., s. 49.

³⁷ Tamże, s. 50.

³⁸ J. Migąła, *Polskie programy radiowe w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa 1984, s. 102.

³⁹ „Nowy Świat”, r. 45, nr 142 (23.05.1942), s. 5.

⁴⁰ B. Leja, dz. cyt., s. 60.

⁴¹ Jednak WHOM nie pozostała jedyną stacją, która przed 1939 rokiem nadawała polskie programy. Podobnych audycji można było posłuchać między innymi na antenie WFAB, WBNX i WINS.

⁴² B. Jaker, F. Sulek, P. Kanze, *The Airwaves of New York: Illustrated Histories of 156 AM Stations in the Metropolitan area, 1921–1996*, Jefferson 1998, s. 88.

⁴³ Tamże, s. 57.

Wizerunek Rubinstein w nowojorskich mediach polonijnych w pierwszej połowie lat 40. XX w.

Wraz z rozwojem polonijnych mediów, Rubinstein rozpoczęła kierowanie komunikatów przeznaczonych do Polonii oraz polskiej emigracji, a zjawisko to przybrało na sile wraz z wybuchem II wojny światowej. Szczególnie istotna jest tu współpraca przedsiębiorczyni z wybitnymi przedstawicielami polskiej emigracji lat wojennych, jak Julian Tuwim i Józef Wittlin. Rozpoczęta wtedy znajomość i kooperacja trwała praktycznie do śmierci Rubinstein⁴⁴. Na podstawie zbiorów Biblioteki Narodowej i Archiwum Emigracji można wnioskować, że w latach 1940–1945 Helena Rubinstein była stale obecna na łamach najpopularniejszych polskich tytułów Nowego Jorku: „Nowego Świata. The Polish Morning World” oraz „Tygodnika Polskiego”. Publikowała tam reklamy w języku polskim, sponsorowane ilustrowane artykuły, udzielała również wywiadów. Sponsorowała także oraz co jakiś czas prowadziła polonijny program radiowy emitowany w stacji WHOM.

Wstępne badania tematu pozwalają oszacować, że od początku 1940 do końca roku 1943 w „Nowym Świecie” Helena Rubinstein pojawiła się około 250 razy⁴⁵. Zwykle gościła na łamach tzw. kącika kobiecego „Między nami” oraz „Dla naszych pań”, którego redaktorką miała być Ewa Kaspro-wicz. Dokładna tożsamość gospodyni tej rubryki jest jednak trudna do ustalenia, a nawet niewykluczone, że była to postać fikcyjna. Z kolei wstępna analiza zawartości „Tygodnika Polskiego” pozwala sądzić, że pomiędzy styczniem 1943 a lipcem 1945 r. Rubinstein zagościła na łamach czasopi-sma około 115 razy. Godnym uwagi jest fakt, że przedsiębiorczyni obecna była od pierwszego numeru, zamieszczając w nim życzenia pomyślności dla nowopowstałej redakcji⁴⁶ (il. 1). W „Tygodniku Polskim” ukazywały się zwykle większe, dopracowane reklamy, ale również pojedyncze sponsorowane, ilustrowane artykuły w „Dziale...” lub „Tygodniku kobiecym” pod redakcją bliżej nieznaną „Pani Wandy”.

W sumie, od 1940 do 1945 r. na łamach obu czasopism wzmianki o Rubinstein pojawiły się około 365 razy. Uzupełnieniem były audycje radiowe, z których zachowały się pojedyncze zapisy. W 1945 r. aktywność Rubinstein w polonijnych mediach Nowego Jorku spada, zapewne dlatego, że wówczas wyjechała do Europy, skupiając się na odbudowie zniszczonego europejskiego oddziału firmy⁴⁷. Nie oznacza to, że przedsiębiorczyni po

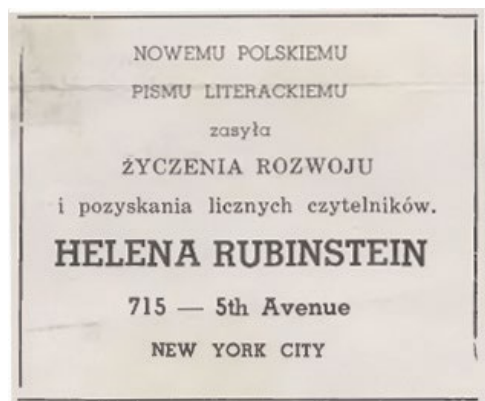
⁴⁴ J. Giedroyc, J. Wittlin, *Listy 1947–1976*, Warszawa 2017, s. 353.

⁴⁵ Analizowano numery od stycznia 1940 do grudnia 1943 r.

⁴⁶ „Tygodnik Polski”, r.1, nr 1 (10.01.1943), s. 4.

⁴⁷ M. Klein, *Helena Rubinstein. Beauty is Power*, New York 2014, s. 143.

wojnie zerwała więzi z Polonią, lecz w drugiej połowie lat 40. pojawiała się na łamach nowojorskiej polonijnej prasy sporadycznie.



Ilustracja 1. „Tygodnik Polski”, 10.01.1943 r., s. 4.

Zimą i wczesną wiosną 1940 r. Rubinstein przedstawiana była w „Nowym Świecie” jako „znawczyni piękności”⁴⁸ i „...urody”⁴⁹, „właścicielka znanego salonu”⁵⁰. W maju 1940 r. nazwisko Rubinstein po raz pierwszy pojawiło się w nawiązaniu do jej polskiej tożsamości, co wspomniano w 12 artykułach, publikowanych na przestrzeni 3 lat. Nawiązywano tam także do jej relacji z Polakami i działań pomocowych na rzecz kraju. Używano takich sformułowań, jak „nasza rodaczka”⁵¹, „polska ekspertka”⁵², „urodzona w Polsce”⁵³, czy nawet „wzruszona do głębi brzmieniem ojczystego języka”⁵⁴. Przekazy te, choć ukazywały się nieregularnie, to jednak kreowały wizerunek osoby przywiązanej do polskiej kultury, o silnym poczuciu polskiej tożsamości. Natomiast brakuje odniesień do jej żydowskiego pochodzenia, a jedyne wzmianki związane z religią odnoszą się do świąt chrześcijańskich, zwłaszcza reklam i krótkich sponsorowanych artykułów, które przy okazji zawierały też życzenia dla czytelniczek czasopisma (zob. il. 2)⁵⁵. Te działania miały jednak przede wszystkim wydźwięk marketingowy, bowiem odbiorcami pisma była społeczność przywiązana do polskich tradycji i katolickich wartości. Być może Rubinstein celowo

⁴⁸ „Nowy Świat”, r. 43, nr 54 (24.02.1940), s. 5.

⁴⁹ „Nowy Świat”, r. 43, nr 58 (28.02.1940), s. 5.

⁵⁰ „Nowy Świat”, r. 43, nr 75 (16.03.1940), s. 7.

⁵¹ „Nowy Świat”, r. 44, nr 102 (13.04.1941), s. 8.

⁵² „Nowy Świat”, r. 45, nr 160 (10.06.1942), s. 6.

⁵³ „Nowy Świat”, r. 43, nr 129 (9.05.1940), s. 6.

⁵⁴ „Nowy Świat”, r. 44, nr 169 (19.06.1941), s. 6.

⁵⁵ „Nowy Świat”, r. 45, nr 90 (1.04.1942), s. 5.

uwypuklała pewne swoje działania, które miały na celu przysporzenie jej sympatii w tej grupie docelowej. W tym przypadku podstawą kreowania jej wizerunku były profesjonalizm i kompetencja oraz przywiązanie do polskiej tożsamości i tradycji.

Z kolei na łamach „Tygodnika Polskiego”, określano ją mianem „słynnej znawczyny wszelkich kwestii kultury ciała”⁵⁶, „prawodawczynią piękności” i „największą kosmetyczką świata”⁵⁷ lub „wielką powagą w dziedzinie urody kobiecej”⁵⁸. Dodatek „Tygodnik dla kobiet” raz określił ją ponadto jako „naszą słynną rodaczkę”⁵⁹. Reklamy zwykle ograniczały się do uwzględnienia zawodowej aktywności bizneswoman, widoczne są jednak praktycznie w każdym numerze, w odróżnieniu od „Nowego Świata”, gdzie zdarzają się kilkudniowe przerwy. Zamieszczane w obu pismach reklamy Rubinstein informowały również, że przedsiębiorczyni posiada oddział polski – Polish department⁶⁰.

Wesołych Świąt i Radosnego Alleluj

— życzy —

Wszystkim Swym Rodaczkom

HELENA RUBINSTEIN

wraz Z ZAPROSIENIEM DO WIOSENNEGO
ZAINTERESOWANIA SIĘ PIĘKNOŚCIĄ



Ilustracja 2. Życzenia wielkanocne zamieszczone w „Nowym Świecie”, 13.04.1941 r., s. 8

⁵⁶ „Tygodnik Polski”, r. 3, nr 26 (1.07.1945), s. 15.

⁵⁷ „Tygodnik Polski”, r. 2, nr 9 (27.02.1944), s. 10.

⁵⁸ „Tygodnik Polski”, r. 3, nr 22 (3.06.1945), s. 16.

⁵⁹ „Tygodnik Polski”, r. 2, nr 9 (27.02.1944), s. 10.

⁶⁰ „Tygodnik Polski”, r. 2, nr 14 (2.04.1944), s. 12.



P. Helena Rubinstein w swych laboratorjach ciągle pracuje nad wynalazkami „Piękna i Czar” kobiecego.
 „Nie wiedziałam, że modne są obecnie przyjęcia „wprowadzające” dla nowego „Make-Up” zauważyłam dowcipnie w swej rozmowie z panią Rubinstein.

Ilustracja 3. Helena Rubinstein przy pracy, „Nowy Świat” 31.03.1940 r., s. 22.

Strona graficzna zamieszczanych treści odznacza się pewnym zróżnicowaniem. W „Nowym Świecie” Rubinstein kilkakrotnie opublikowała swoją fotografię, również kilka razy czytelnicy mogli zobaczyć zdjęcie jej siostrzenicy i następczyni, Mali Silson. Fotografie przedstawiające Helenę ukazywały ją jako profesjonalną badaczkę w laboratorium (zob. il. 3)⁶¹ lub pozującą zadbaną, dojrzałą kobietę⁶². Dla kontrastu jej siostrzenica sprawiała wrażenie dużo młodszej, delikatnej, dziewczęcej⁶³. W „Tygodniku Polskim” opublikowano wyłącznie jedną podobiznę jej siostrzenicy⁶⁴. Reklamy w „Nowym Świecie” były zwykle ilustrowane, widoczne na tle całej strony, odznaczały się często mocnym obramowaniem oraz przykuwającym uwagę nagłówkiem. Choć same w sobie nie zajmowały wiele miejsca, zwykle na tej samej stronie towarzyszył im jeszcze sponsorowany artykuł, często podpisany „Ewa Kasprowicz”. Treści te dostarczały czytelnikom

⁶¹ „Nowy Świat”, r. 43, nr 90 (31.03.1940), s. 22.

⁶² „Nowy Świat”, r. 43, nr 129 (9.05.1940), s. 6.

⁶³ „Nowy Świat”, r. 45, nr 351 (20.12.1942), s. 20.

⁶⁴ „Tygodnik Polski”, r. 2, nr 20 (72) (14.05.1944), s. 13.

kosmetycznych lub modowych porad, odwołując się do wskazówek Heleny Rubinstein i zapraszając do skorzystania z jej usług.

Reklamy w „Tygodniku Polskim” były zwykle większe, starannie ilustrowane sylwetkami kobiecymi lub wizerunkami produktów. Zdarzały się numery, gdzie również publikowano artykuł sponsorowany z poradami, podobnie jak w „Nowym Świecie”. W niektórych wydaniach na dwóch różnych stronach edytowano dwie różne reklamy Rubinstein. Brakuje w nich jednak informacji o kuponach zniżkowych i promocjach, a ogłoszenia dotyczyły zwykle bardziej kosztownych kosmetyków i usług, stąd w założeniu najpewniej były adresowane do zamożniejszych odbiorców od tych widocznych w „Nowym Świecie”.

Działania związane z reklamą Helena Rubinstein prowadziła również w radiu. Najprawdopodobniej już w kwietniu 1940 r. zainicjowała utworzenie programu radiowego „Bajki życia – Tales of life”, emitowanego na antenie stacji WHOM. Być może najlepszym źródłem wiedzy o częstotliwości i treści większości audycji są artykuły publikowane w „Nowym Świecie”, których zadaniem było streszczenie emitowanych ostatnio audycji lub zapowiedzi nadchodzących tematów. Drukowano tam również rozpiskę polonijnych audycji, dzięki temu wiadomo, iż program zmieniał swój czas emisji. Początkowo można było go posłuchać zwykle w poniedziałki, środy i piątki o 9:45, jednak we wrześniu 1941 r. dokonano zmiany. Odtąd emitowano go we wtorki, czwartki i piątki o 16:45 oraz o godzinie 9:30, być może programy poranne były powtórkami, ponieważ nie wspomniano o nich w oficjalnych zapowiedziach⁶⁵. Tematykę programów najlepiej oddaje fragment jednego z artykułów promujących audycję:

Piszę na temat jednego z programów radiowych, nadawanego trzy razy w tygodniu z ramienia naszej rodaczki i kosmetyczki Heleny Rubinstein... Polki słuchają programu Bajki Życia i są jego duszą... Tematy są czerpane z listów radjo-słuchaczy. Ze wszystkich zakątków dochodzą głosy rodaków piszących o swoich radościach i smutkach, nadziejach i rozczarowaniach... Bo jest to program tak b l i s k i kobiecie...⁶⁶

Audycję kierowano zatem do zamieszkującej Stany Zjednoczone Polonii, głównie do kobiet. Większość programów miała formę odpowiedzi na korespondencję słuchaczy, wiele z nich dotyczyło wspomnień z czasów sprzed emigracji z Polski, wojennych przeżyć i trudnych doświadczeń. Odczytywano też polską poezję, która nawiązywała do poruszanego w danym dniu zagadnienia. Jednak niektóre programy znacząco wyróżniały się na tle pozostałych. Do studia zapraszani byli bowiem wyjątkowi

⁶⁵ „Nowy Świat”, r. 44, nr 260 (18.09.1941), s. 5.

⁶⁶ Tamże.

goście, którzy w trakcie rozmowy dzielili się swoimi przemyśleniami na temat wojny, wspomnieniami związanymi z Polską, dodawali otuchy rozłączonym na skutek działań wojennych rodzinom. Osobami prowadzącymi audycję były zarówno Helena Rubinstein, jak i jej siostrzenica Mała Silson⁶⁷. Wśród gości znalazły się na przykład Tamara Łempicka⁶⁸ czy Eva Curie⁶⁹. Podczas programu wyemitowanego 10 czerwca 1942 r. Rubinstein mówiła między innymi:

Miło jest mi przemówić, drodzy rodacy. Mówić do was po polsku to jakby znaleźć się w głębi lasów polskich, jakby odwiedzić ojczyznę. Ojczyznę, którą zostawiłam 35 lat temu, a która żywym echem stale bliska jest sercu memu⁷⁰.

Podsumowanie

Wizerunek medialny Heleny Rubinstein w pierwszej połowie lat 40. w polonijnych mediach Nowego Jorku składał się z kilku istotnych elementów. Jego podstawą było ukazanie przedsiębiorczyni jako osoby kompetentnej, znawczyni tematu, profesjonalistki znanej szerokiemu gronu klientek, kosmetycznego autorytetu. Co jednak interesujące, zdaje się, że podkreślanie poczucia polskiej tożsamości stało się także jedną z kreowanych cech obrazu Rubinstein. W szczególności dotyczy to odbiorcy nieco mniej wymagającego, skupionego wokół redakcji „Nowego Świata” oraz polonijnych audycji radiowych. W tym kręgu wizerunek Rubinstein bazował również na podkreślaniu jej patriotyzmu wobec Polski i dodającej otuchy roli programów kierowanych do Polek. W tej samej grupie docelowej informowano o aktywności filantropijnej przedsiębiorczyni.

Zarówno „Nowy Świat”, jak i „Tygodnik Polski” budowały wizerunek Rubinstein jako ikony mody, która do tematu piękna podchodzi całościowo, nie ogranicza się tylko do makijażu i dbania o skórę. Również eleganci i przemyślany strój, biżuteria i uczesanie były nieodłącznym elementem profesjonalnego wizerunku przedsiębiorczyni, która jednak równie chętnie pozowała do zdjęć w laboratoryjnym fartuchu, podkreślając naukowe podejście do swojej działalności. Większość fotografii przedstawia ją jako kobietę dojrzałą, pewną siebie i godną zaufania, która osiągnęła sukces dzięki ciężkiej pracy. Wydzźwięk artykułów, wzmianek i reklam publikowanych w analizowanym okresie jest pozytywny, co wynika również z faktu,

⁶⁷ „Nowy Świat”, r. 44, nr 172 (22.06.1941), s. 20.

⁶⁸ Tamże.

⁶⁹ „Nowy Świat”, r. 45, nr 160 (10.06.1942), s. 3.

⁷⁰ Archives du Musée Curie, sygn. FP-EC/C1.

że treści te były tworzone przez samą przedsiębiorczynię i jej najbliższych współpracowników. Rubinstein bowiem od początków działalności aż do ostatnich dni marca 1965 r. (kilka dni przed jej śmiercią) osobiście czuwała nad treścią i formą komunikatów medialnych głównych oddziałów jej kosmetycznego imperium. Jak wynika z podjętych w artykule wstępnych badań, wszystkie podejmowane działania składają się na jednoznacznie pozytywny wizerunek przedsiębiorczyni w polonijnych mediach nowojorskich pierwszej połowy lat 40. XX w.

Bibliografia

Opracowania

- Chwastyk-Kowalczyk J., *Kierunki badań historii kobiet w Polsce – stan badań i perspektywy na przykładzie wybranych zagadnień*, „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiectych” 2022, nr 1 (12), s. 103–121.
- Czarnecka B., Moczko R., *„Tygodniowy serwis literacki Koła Pisarzy z Polski” – „Tygodnik Polski” 1941–1947. Bibliografia zawartości*, Toruń 2006.
- Fitoussi M., *Helena Rubinstein. Kobieta, która wymyśliła piękno*, tłum. K. Sławińska, Warszawa 2012.
- Giedroyc J., Wittlin J., *Listy 1947–1976*, Warszawa 2017.
- Historia kobiet. Źródła, metody, kierunki badawcze*, red. M. Dajnowicz, A. Miodowski, Białystok 2022.
- Jaker B., Sulek F., Kanze P., *The Airwaves of New York: Illustrated Histories of 156 AM Stations in the Metropolitan area, 1921–1996*, Jefferson 1998.
- Jaroszek M., *Wizerunek mediów polonijnych na podstawie wybranych miast w Stanach Zjednoczonych*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2021, r. 30, nr 3, s. 79–115.
- Klein M., *Helena Rubinstein. Beauty is Power*, New York 2014.
- Koszczański J., *Kalendarium zdarzeń różnych z Dukli i okolic (1901–1939)*, t. 2, Dukla 2021.
- Leja B., *Polonijna radiofonia w metropolii nowojorskiej*, Toruń 2022.
- Migała J., *Polskie programy radiowe w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa 1984.
- Rubinstein H., *The Art of Feminine Beauty*, London 1930.
- Sikorski D.K., *Kobiety żydowskie w „Miesięczniku Żydowskim”*, „Colloquia Orientalia Bialostocensia” 2015, t. 13, s. 561–570.
- Szabłowska-Zaremba M., *Wizerunek kobiety nowoczesnej na łamach „Naszego Przeglądu” 1923–1939*, „Prace Literaturoznawcze” 2016, nr 4, s. 115–129.
- Trumble A., *Helena Rubinstein. Australijskie lata*, tłum. K. Karłowska, Poznań 2023.

Dokumenty archiwalne

Archiwum Narodowe w Krakowie

29/93/0/2.1/3 – Spis ludności Krakowa 1870.

29/218/1161 – Księgi urodzeń.

29/88/43 – Spis ludności Krakowa 1890.

29/87/0/1/22 – Spis ludności Krakowa 1880.

29/1472/0/3/363 – Księga obejmująca wpisy wypadków śmierci Izraelitów w okręgu metrykalnym Kraków Rok 1881.

29/1472/0/1/346 – Księga obejmująca wpisy urodzin Izraelitów w okręgu metrykalnym Krakowski na rok 1879.

29/1472/0/1/365 – Księga obejmująca wpisy urodzin Izraelitów w okręgu metrykalnym Kraków Rok 1882.

Archives du Musée Curie:

FP-EC/C1.

Prasa

„Nowy Świat. The Polish Morning World” (1940–1943).

„Tygodnik Polski. The Polish Weekly” (1943–1947).

„The Argus” (1902).

Strony internetowe

Helena Rubinstein. Pierwsza dama piękna, Żydowskie Muzeum Galicja, 2022, [on-line:] <https://galiciajewishmuseum.org/wystawy/helena-rubinstein-pierwsza-dama-piekna> – 20.10.2025.

Historia Polonii w Stanach Zjednoczonych – masowa emigracja, Poznaj Historię, [on-line:] <https://poznajhistorie.org/exhibits/show/polonia-w-stanach-zjednoczonych/historia-yyy#:~:text=Wielka%20emigracja%20Polak%C3%B3w%20z%20ziem,miliona%20Polak%C3%B3w%20przyby%C5%82o%20do%20Ameryki> – 7.07.2025.

Mgr Agnieszka Goluch-Dobosz, Instytut Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego, [on-line:] <https://ihs.uw.edu.pl/agnieszka-goluch> – 15.10.2025.

Szematyzm Królestwa Galicyi i Lodomeryi z Wielk. Księstwem Krakowskiem..., Polona, [on-line:] <https://polona.pl/press/0ec7e419-2ef1-4ec4-8e7c-4887e8a65a7d/structure> – 20.10.2025.

Streszczenie

Niniejszy wstęp do badań poddaje analizie wizerunek medialny Heleny Rubinstein w wybranych mediach polonijnych w Nowym Jorku w pierwszej połowie lat 40. XX wieku. Pomimo licznego zbioru opublikowanych biografii, silne związki Rubinstein z jej polskim i żydowskim dziedzictwem pozostają w dużej mierze niezbadane. Niniejszy artykuł to pierwsza próba wypełnienia tej luki, dzięki analizie popularnej nowojorskiej prasy polskojęzycznej, tytułów: „Nowy Świat. The Polish Morning World” i „Tygodnik Polski. The Polish Weekly” oraz audycji radiowej „Bajki Życia”. Do przeprowadzenia tejże analizy wykorzystano zarówno metody ilościowe, jak i jakościowe.

Badanie ujawnia, że Helena Rubinstein, urodzona jako Chaja Rubinstein w ówczesnym Podgórzu pod Krakowem, aktywnie kształtowała swój wizerunek poprzez tysiące komunikatów medialnych. W Stanach Zjednoczonych, szczególnie podczas II wojny światowej, jej zaangażowanie w życie polskiej diaspory nasiliło się. W latach 1940–1945 Rubinstein pojawiła się setki razy na łamach dwóch głównych polonijnych tytułów w Nowym Jorku, publikując reklamy, artykuły sponsorowane i wywiady. Finansowała również i okazjonalnie prowadziła polskojęzyczne programy radiowe w stacji WHOM, często goszcząc wybitnych polskich emigrantów.

Wyniki badań wskazują na jednoznacznie pozytywny wizerunek, kształtowany w oparciu o dwa główne filary: kompetencję w dziedzinie dbania o urodę i wygląd zewnętrzny oraz silne związki z polską tożsamością. Żydowskie pochodzenie przedsiębiorczyni nie było eksponowane w powyższych źródłach; zamiast tego bywała ona czasami przedstawiana w kontekście świąt chrześcijańskich. Badanie odnotowuje również pewne różnice w strategiach reklamowych między dwoma powyższymi tytułami, co sugeruje ich odmienne grupy docelowe. Wstępna analiza stanowi podstawę dla zaplanowanych szerszych badań nad wizerunkiem medialnym Heleny Rubinstein w Stanach Zjednoczonych.

Słowa kluczowe: wizerunek medialny, Helena Rubinstein, Polonia amerykańska, media polonijne

The image of Helena Rubinstein in the first half of the 1940s as exemplified by selected Polish-American media.

An introduction to research

Abstract

This preliminary study examines the media image of Helena Rubinstein in Polish-American media in New York during the first half of the 1940s. Despite numerous biographies, Rubinstein's strong connections to her Polish and Jewish heritage remain largely unexplored in existing research. This article addresses this gap by analyzing Polish-language press (specifically *Nowy Świat*, *The Polish Morning World* and *Tygodnik Polski*, *The Polish Weekly*) and a radio broadcast from the period, utilizing both quantitative and qualitative methods. The research reveals that Rubinstein, born Chaja Rubinstein in Kraków (then Podgórze), actively cultivated her public image through thousands of media communications since 1902. In the United States, particularly during World War II, her engagement with the Polish diaspora intensified. Between 1940 and 1945, Rubinstein appeared approximately 365 times in the two main Polish-American newspapers in New York, publishing advertisements, sponsored articles, and interviews. She also sponsored and occasionally hosted Polish-language radio programs on station WHOM, often featuring prominent Polish émigrés. The findings indicate a consistently positive portrayal, emphasizing her expertise in beauty and her strong ties to Polish identity, often referring to her as "our compatriot" or "Polish expert." Her Jewish background was not highlighted in these Polish-language sources; instead, she was sometimes presented in the context of Christian holidays. The study also notes differences in advertising strategies between the two newspapers, suggesting

varied target audiences. This initial investigation highlights the significant role of Polish-American media in shaping Rubinstein's public persona during a pivotal period and serves as a foundation for broader research into her complete media image in the United States.

Keywords: media image, Helena Rubinstein, Polish-American diaspora, Polish-American media