

Evelina Kristanova

Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki Naukowej
Uniwersytet Łódzki
e-mail: evlin@toya.net.pl

Reklama książki na łamach „Rodziny Polskiej” (1927–1939)

Wprowadzenie

Na temat reklamy w ogóle i jej odmiany – reklamy prasowej posiadamy pokaźną literaturę¹. Niejednokrotnie wypowiedziano się również o reklamie książki na łamach poszczególnych tytułów prasowych². Słow-

¹ Z. Bajka, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, z. 3–4, s. 16–47; S. Batko, *Reklama w przemyśle i handlu*, Kraków 1916; M. Brzostowski, *Reklama prasowa*, Warszawa 1976; D. Dennison, L. Tobey, *Podręcznik reklamy. Jak zdobyć rozgłos, nie wydając fortuny na reklamę*, Lublin 1994; A. Kowal-Orczykowska, *W niewoli reklamy? Percepcja ukrytych przesłań reklamy prasowej*, Kraków 2007; A. Pitrus, *Zrozumieć reklamę*, Warszawa 1999; A. Janiak-Jasińska, *Aby wpadło w oko. O reklamie handlowej w Królestwie Polskim w początkach XX w. na podstawie ogłoszeń prasowych*, Warszawa 1998; H. Kurta, *Reklama prasowa*, Warszawa 1969; E. Łukasiewicz, *Reklama*, Warszawa 1913; H. Kurta, *Rola i znaczenie reklamy w środkach informacji masowej*, Warszawa 1965; J. Szapiro, *Ogłoszenie w czasopiśmie*, „Prasa” 1935, z. 12, s. 12.

² J. Czarkowska, *Reklama książki od początku*, „Wydawca” 1994, z. 10, s. 30–32; H. Czernianin, *Ogłoszenia wydawnicze i księgarskie w „Tygodniku Wileńskim” 1815–1822*, „Roczniki Biblioteczne”, R. 43: 1999, s. 17–31; J. W. Gomulicki, *Dwieście lat recenzji literackiej*, „Nowe Książki” 1959, z. 24, s. 1474–1489; W. Grubiński, *W świecie wydawczym*, „Obrona Kultury” 1939, z. 1, s. 9; D. Hombek, *Reklama wydawnicza i księgarska w „Gazecie Warszawskiej” w latach 1764–1795*, Kielce 1988; T. Hussak, *Reklama i propaganda książki*, Warszawa 1970; I. Imańska, *Ruch wydawniczo-księgarski w świetle ogłoszeń prasowych w „Kurierze Polskim” (1729–1760)*, [w:] *W kręgu prasy*, pod red. G. Gzelli, Toruń 1999, s. 7–19; E. Kristanova, *Reklama książki na łamach poznańskiej „Kultury” (1936–1939)*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Librorum” 2001, z. 10, s. 107–118; M. Przybysz-Stawska, „To się czyta”. *Promocja książki w dodatkach do wybranych polskich gazet codziennych*

nik terminologii medialnej podaje następującą jej definicję: „perswadowanie, zachęcanie, nakłanianie do zakupu towarów, korzystania z usług, popieranie idei i postaw, dokonywane przez zidentyfikowanego nadawcę za pośrednictwem mediów masowych (prasy, radia, telewizji, Internetu) lub za pomocą innych sposobów masowej dystrybucji”³. Zjawisko reklamy od początku było związane z pojawieniem się wymiany towarowej. Najstarsze ogłoszenia tego typu pochodzą z Babilonii z ok. 3000 r. p.n.e. Era mediów masowych umożliwiła dotarcie reklamy do nieograniczonych grup odbiorców⁴.

Reklama towarzyszyła prasie od początku jej istnienia. Mimo rozwoju innych mediów prasa w okresie międzywojennym była istotnym źródłem informacji o książce. Ogłoszenia na jej łamach są dobrym przewodnikiem po lekturze ówczesnych odbiorców. Informowały bowiem o nowościach książkowych, przyczyniając się do upowszechniania polecanych tytułów i zachęcając do ich kupna. Jednak poziom reklamy nie był wysoki ani forma zbyt wyszukana. Wśród jej rodzajów można wymienić ogłoszenia proste i rozbudowane. Pierwsze podawały jedynie dane bibliograficzne o tytule, autorze, cenie dzieła i sposobie nabycia. Bardziej rozbudowane anonse, zazwyczaj dużych wydawnictw, umożliwiały odbiorcom wybór pozycji spośród bogatej oferty tytułów wraz z adnotacją treściową. Ze względu na celowość zamieszczania reklamy w periodykach można wyróżnić reklamy: informującą, nakłaniającą i przypominającą⁵. O jej skuteczności decyduje m.in. przejrzystość i częstotliwość ukazywania się. Reklama prasowa książki jest z reguły dostosowana do profilu pisma, w którym występuje⁶.

w latach dziewięćdziesiątych XX w., Łódź 2006; K. Sierocka, *Warszawskie periodyki literackie lat 1918–1939*, Warszawa 1972; M. Schabowska, *Słownictwo reklam i anonsów prasowych zamieszczonych w „Czasie” (1890–1895)*, Kraków 1990; Z. Staniszewski, J. Szczepaniec, *Ogłoszenia prasowe jako źródło wiedzy o książce w Polsce XVII w.*, „Ze Skarbca Kultury” 1960, z. 1, s. 165–186; H. Suchojad, J. Drążyk, *Reklama książek na łamach „Gazety Kieleckiej” w latach 1870–1912*, [w:] *Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą*, pod red. J. Dzieniakowskiej, Kielce 2007, s. 193–203; D. Wańka, *Reklama książki na łamach „Gazety Kaliskiej” w latach 1893–1914*, [w:] tamże, s. 205–214.

³ M. Lisowska-Magdziarz, *Reklama prasowa*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, pod red. W. Pisarka, Kraków 2006, s. 183.

⁴ Tamże.

⁵ R. Nowacki, *Reklama: podręcznik*, Warszawa 2005, s. 42.

⁶ M. Miciński, *Jaka reklama wydawnicza? – problem z koniecznością wyboru*, „Wydawca” 2005, z. 9, s. 20.

Ogólna charakterystyka „Rodziny Polskiej”

Bogato ilustrowana „Rodzina Polska” należy do mało znanych periodyków okresu dwudziestolecia międzywojennego. Miesięcznik o profilu katolickim był wydawany w Warszawie w latach 1927–1939 przez Wydawnictwo Kongregacji Misyjnej Księży Pallotynów. Adresowany do inteligencji, należał do grona periodyków społeczno-kulturalnych i literackich tego okresu. Tytuł wskazywał na szczególne zainteresowanie i propagowanie podstawowej komórki społecznej, jaką jest rodzina. Deklarowano: „W piśmie naszym [...] więcej uwagi poświęcimy sprawom rodziny, obronie jej praw, jak i przypomnieniu o tych zadaniach doniosłych, jakie ma spełnić dla wielkości i kultury naszego narodu”⁷. Na jego łamach podejmowano oprócz tematyki rodzinnej problematykę religijną, historyczną, biograficzną, z zakresu sztuki i malarstwa, teatru, kina, krajoznawczą, sportową. Zagadnienia kulturalne zostały spopularyzowane m.in. poprzez nakreślenie sylwetek znanych twórców i liczne kroniki. Kwestie wychowawcze oraz gospodarstwa domowego omawiano w dodatku zatytułowanym „Dział Kobiety”. Na jego końcu zamieszczono „Kącik dla dzieci”. Nie zabrakło także działu „Rozrywek umysłowych i humoru”.

Pismo kilkakrotnie zmieniało redaktorów naczelnych. Początkowo był nim ks. Alojzy Majewski, w drugim roku wydawania – znany publicysta Kazimierz Marian Morawski. Z początkiem 1929 r. redaktorem odpowiedzialnym został Leon Radziejowski. Od sierpnia 1931 r. periodyk przejął Józef Czarnecki, natomiast od listopada 1934 r. do września 1938 r. stanowisko redaktora naczelnego piastował Józef Zawidzki, a zeszyt październikowy z 1938 r. w jego zastępstwie zredagował ks. Franciszek Pauliński. Ostatnim redaktorem od listopada tego roku do końca istnienia czasopisma był ks. Ignacy Olszewski. Z pismem współpracowali: Józef Birkenmajer, Mieczysław Skrudlik, Witold Bronowski, Marcei Nałęcz-Dobrowolski, Jan Dobraczyński, Józef Marian Chudek, Henryk Piątkowski, Józef Stefan Czarnecki, Władysław Burkath, Józef Weysenhoff i inni. Redakcja mieściła się w Warszawie przy Krakowskim Przedmieściu 71.

Ogółem ukazało się 13 roczników, ostatni niepełny (zeszyty 1–9). Każdy numer miesięcznika formatu A4 liczył kilkadziesiąt stron, zazwyczaj dwuszpaltowego druku. W niektórych tylko działach zastosowano mniejszy stopień pisma oraz układ trzyszpaltowy. W pierwszym roczni-

⁷ Od redakcji, „Rodzina Polska” 1939, z. 1, s. 2.

ku, przy ciągłej numeracji w obrębie roku, objętość poszczególnych numerów wynosiła 25 stron, w następnych – 32 strony, co zapowiedziała redakcja w ostatnim numerze z 1927 r.⁸ Niektóre numery miały charakter monograficzny, poświęcono je świętom kościelnym i narodowym. Nakład pisma znany jest jedynie z informacji podawanych przez redakcję, według tych danych osiągał od 25 do 50 tysięcy egzemplarzy⁹. Tytuł „Rodzina Polska” został zarejestrowany w *Bibliografii katolickich czasopism religijnych w Polsce 1918–1944* Zygmunta Zielińskiego¹⁰. Krótkie wzmianki o niektórych opracowaniach dotyczących radia i kina na łamach „Rodziny Polskiej” można znaleźć w książce Jerzego Plisa¹¹. Więcej opracowań nie ukazało się¹².

Książka zajmowała istotne miejsce na łamach miesięcznika. Drukowano artykuły dotyczące twórczości najważniejszych pisarzy polskich i obcych, recenzje nowości wydawniczych, wywiady z pisarzami i tłumaczami oraz informowano o konkursach literackich. Czytelnicy mogli poznać powieści w odcinkach, opowiadania i nowele. W dziale „Co czytać?” proponowano lub odradzano wybrane tytuły. Redakcja zadbała również o prezentację nowości wraz z ich krótkimi recenzjami w działach „Z książek” (1927), „Z piśmiennictwa” (w latach 1928–1935), „Wydawnictwa Księży Pallotynów” (1933–1934) oraz spisy zatytułowane „Nowości księgarskie” i „Książki nadesłane”, w których zazwyczaj po danych bibliograficznych i cenie zamieszczano krótką recenzję. Nowe tytuły książkowe prezentowano także poprzez reklamę prasową.

W niniejszym artykule omówiono zawartość periodyku „Rodzina Polska” pod kątem reklamy książki – istotnego sposobu promocji nowości. Starano się odpowiedzieć na pytanie, na ile ogłoszenia prasowe były obecne w periodyku, jakiego typu reklama towarzyszyła „Rodzinie Polskiej” oraz jakich wydawnictw. Zwrócono uwagę na jej strukturę, wygląd i częstotliwość. Prześladowano, jakiego rodzaju książki i jakich autorów polecano.

⁸ Do Szanownych Czytelników „Rodziny Polskiej”, „Rodzina Polska” 1927, z. 12, s. 296.

⁹ Od Wydawnictwa, „Rodzina Polska” 1928, z. 5, s. 139.

¹⁰ Z. Zieliński, *Bibliografia katolickich czasopism religijnych w Polsce 1918–1944*, Lublin 1981, s. 250.

¹¹ J. Plis, *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film: 1918–1939*, Lublin 2001, s. 97, 149, 156, 230, 271.

¹² E. Kristanova, *Ilustrowany miesięcznik społeczno-kulturalny i literacki „Rodzina Polska” (1927–1939). Ogólna charakterystyka pisma* (artykuł przyjęty do druku w tomie pt. *Ludzie i książki. Szkice bibliologiczno-biograficzne ofiarowane profesor dr hab. Hannie Tadeusiewicz*, pod red. E. Andrysiak).

Reklama w ilustrowanym miesięczniku „Rodzina Polska”

Redakcja periodyku na reklamę prasową przeznaczającą z reguły początek lub koniec zeszytu. W numerze drukowano zazwyczaj kilka ogłoszeń. Odbiorcom proponowano w nich rozmaite produkty, począwszy od dywanów kościelnych, lamp¹³, poprzez środki piorące¹⁴, mydła¹⁵, pianina¹⁶, wyroby farmaceutyczne¹⁷, kończąc na radioodbiornikach¹⁸, samochodach¹⁹ i obuwiu²⁰. Sporadycznie pojawiały się nietypowe ogłoszenia, jak np. lotów samolotowych²¹, filmu *Golgota*²² i uzdrowiska wypoczynkowego²³. Ich objętość wahała się od kilku wierszy do kilku stron. Obecność reklamy w periodyku nie była obowiązującą normą. Brak zatem ogłoszeń w latach 1928–1929, mało ich także w 1934 r.

Początkowo promocja książki towarzysząca „Rodzinie Polskiej” miała charakter sporadyczny. Dopiero od 1935 r. stała się bardziej regularna; anonse zajmowały jedną lub dwie strony. Poprzez nie proponowano od kilku do kilkudziesięciu tytułów. Sporadycznie posługiwano się ogłoszeniami łączącymi reklamę tytułów prasowych²⁴, kalendarzy i sprzętów liturgicznych wraz z nowościami wydawniczymi. Na łamach miesięcznika zamieszczano reklamę prospektywną, bieżącą i retrospektywną książki.

¹³ „Rodzina Polska” 1930, z. 1, [tylna okładka].

¹⁴ Często reklamowano „Radion” pod hasłem „Bielizna biała jak śnieg” – zob. „Rodzina Polska” 1932, z. 5, s. 151; z. 6, s. 187; z. 7, s. 223; z. 8, s. 251; z. 10, s. 315; z. 12, s. 380.

¹⁵ Niewielka reklama pudru, mydła i kremu „Bebe Szofmana” z rysunkiem dziecka zob. „Rodzina Polska” 1933, z. 6, s. 186; z. 8, s. 249; reklama mydła „Jelen Schicht” zob. „Rodzina Polska” 1933, z. 6, s. 191.

¹⁶ Fortepiany – Pianina w firmie Herman i Grossman w Warszawie zob. „Rodzina Polska” 1929, z. 12, [tylna okładka].

¹⁷ Reklama maści przeciwreumatycznej „Osmogen” zob. „Rodzina Polska” 1939, z. 2, [tylna strona przedniej okładki] oraz ogłoszenie wyrobów Apteki Mazowieckiej w Warszawie – soku z czosnku zob. „Rodzina Polska” 1933, z. 5, s. 159.

¹⁸ „Rodzina Polska” 1935, z. 11, [tylna okładka].

¹⁹ Reklama z rysunkiem Chevroleta z opisem silnika i karoserii zob. „Rodzina Polska” 1929, z. 5, s. 154.

²⁰ Reklama Chrześcijańskiego Magazynu Obuwia w Warszawie zob. „Rodzina Polska” 1936, z. 8, s. 282.

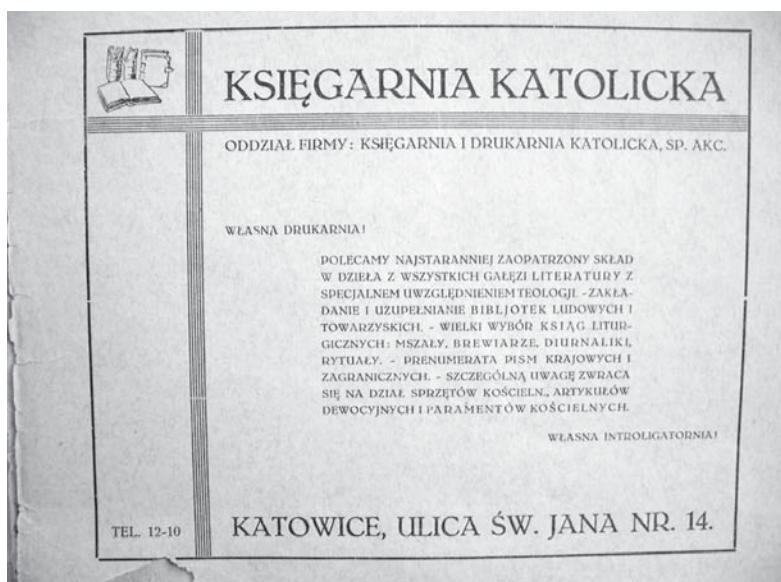
²¹ Oferowano szybką komunikację powietrzną z wyszczególnieniem lotów, zob. „Rodzina Polska” 1929, z. 12, [tylna okładka].

²² Reklama filmu *Golgota* (Żywot i męka Jezusa Chrystusa) według scenariusza ks. kanonika J. Reymonda i w reż. Julienu Duviviera zob. „Rodzina Polska” 1935, z. 5, s. 153.

²³ Oferta uzdrowiska Truskawice Zdrój „do leczenia i wypoczynku” zob. „Rodzina Polska” 1929, z. 12, [tylna okładka].

²⁴ M.in. dziennik „Polak-Katolik”, tygodnik „Przegląd Katolicki” i dwutygodnik „PAX”.

Zdecydowanie przeważały ogłoszenia bieżące, które incydentalnie występowały łącznie z prospektywnymi lub retrospektywnymi. Anonse prospektywne można było rozpoznać po charakterystycznych nagłówkach: „Niebawem ukażą się” lub „W druku”. Odbiorcy mieli zwykle do czynienia z reklamą firm wydawniczych i księgarskich; częściej zbiorową niż pojedynczych tytułów. Przez cały okres ukazywania się „Rodziny Polskiej” jedynym tytułem ogłaszanym osobno była „powieść z życia królowej Jadwigi” *Krzyż przeciw sercu* autorstwa Józefa Stefana Czarneckiego (Warszawa 1933) o objętości 176 stron i w przystępnej cenie 1,50 zł²⁵.



Fotografia 1. Reklama Księgarni Katolickiej (fot. autorka)

Źródło: „Rodzina Polska” 1927, z. 2, s. 49.

Reklamę książki na łamach omawianego miesięcznika ze względu na wielkość ogłoszeń można podzielić na: bardzo dużą – całostronicową (o wymiarach 20 × 28 cm; 20 × 20 cm), średnią – półstronicową (14 × 20 cm; 9 × 13 cm) i małą (6 × 4,5 cm). Pod kątem zawartości występowały dwa rodzaje anonsów. Pierwsze uwzględniały tylko podstawowe dane bibliograficzne, drugie, bardziej rozbudowane, zawierały także adnotację treściową. Na treść ogłoszeń składały się stale: nazwa wydawnictwa, drukar-

²⁵ „Rodzina Polska” 1933, z. 11, s. 345; 1934, z. 3, s. 90; z. 4, s. 103; z. 6, s. 175.

ni lub księgarni, nazwisko autora, tytuły druków, informacja o objętości, oprawie, ilustracjach oraz cenie. Nazwy wydawnictw, ich adresy wraz z telefonem kontaktowym przeważnie wyróżniano wersalikami i pogrubioną czcionką. Teksty reklam ujmowano w mniej lub bardziej ozdobne ramki. Rzadko stosowano elementy graficzne poza jednym ogłoszeniem Księgarni i Drukarni Katolickiej, w którym w lewym górnym rogu widniał rysunek kilku książek.

Zawartość ogłoszeń i ich struktura raczej nie powtarzały się w identycznej formie. Oferowano te same pozycje książkowe, lecz zawsze pod innym nagłówkiem, w innym układzie i zestawieniu, chcąc przyciągnąć uwagę odbiorcy. Dominowała reklama książki o tematyce religijnej, co było zgodne z profilem periodyku. W założeniu redakcji propagowana książka miała pobudzić do refleksji, nawrócenia, ukazać postawy godne naśladowania, pomóc w modlitwie.

Reklama wydawnicza – Wydawnictwo Księży Pallotynów

Najczęściej obecnymi reklamami na łamach „Rodziny Polskiej”, a zarazem najbardziej rozbudowanymi pod względem zawartości, były ogłoszenia rodzimego Wydawnictwa Księży Pallotynów. W formie całostronicowej lub dwustronicowej otwierały lub zamykały zeszyt. Ich wygląd zmieniano poprzez jednorazowe nagłówki, odmienną kolejność nowości i różne opracowanie graficzne samego ogłoszenia. Oferta dotyczyła głównie dzieł o tematyce religijnej. Znajdowały się w niej: modlitewniki, katechizmy, powieści i opowiadania o nawróceniach, życiorysy świętych, rozważania i medytacje wielkopostne, pozycje teologiczne, odczyty, pamiętniki, drobne dramaty, podręczniki, broszury oraz poradniki. Przybliżano literaturę o wychowaniu religijnym dzieci i młodzieży²⁶ oraz dbano o promocję bajek, baśni i opowiadań dla nich. Poszczególnym tytułom często towarzyszyły recenzje bliżej charakteryzujące ich treść. Promowano przeważnie tych samych autorów. Wśród nich były osoby duchowne: redaktor ks. Alojzy Majewski, znany bibliista ks. Eugeniusz Dąbrowski, ks. Feliks Puchalski, ks. Józef Lucas. Polecano przede wszystkim powieści Wandy Grochowskiej, która „swe starszlacheckie zdolności narrator-

²⁶ Np. w reklamie proponowano następujące pozycje książkowe: ks. K. Sudbracka, *Szkoła a wczesna komunizm św. dzieci*, ks. J. Szukalskiego, *Katechezy dla wyższych oddziałów szkoły powszechnej* oraz Z. Zalewskiej, *Współczesny kierunek wychowania publicznego*.

skie traktowała jako narzędzie i środek do pojętego po sienkiewiczowsku krzepienia serc²⁷, a także Marii Friedrich-Brzozowskiej, Marii Mierzejewskiej, Hieronima Zaleskiego oraz francuskiego pisarza katolickiego Pierre'a l'Ermite. Wśród popularyzowanych twórców zdecydowaną większość stanowili autorzy rodzimi.

Dobra książka – to skarb

Dla dziewcząt:

BASIA – PAULINA BUDZYŃSKA
Półka opowiada o dziewczynie Basii, jej życiu i o pierwszej Komuni
Świętej, cudach i miłości serca. **Str. 21, cena 40 gr.**

LALECZKA – Hr. BEAUREPAIRE-LOUVAINY
Dziewięć dziewcząt po odjeździe matki, wzięła na siebie troskę w utrzymaniu
swojej rodziny i pomimo wielu trudności, nieszczęść i trudności nigdy
nie zrezygnowała, ale jeszcze innym dobrze opowiada i na dobrą drogę ich
skierowała. **Str. 82, cena 80 gr.**

Dla chłopców:

WIESŁAWEK – WANDA GROCHOWSKA
Dzieci chłopcy, co kochano chłopca pomału i jak sam pięknie miał
zrozumieć i potęgę swojej ludzkiej siły, którą zdobył i w sobie
jej ukrył. **Str. 58, cena 50 gr.**

JENIEC KORSARZA – JOZEF SPILLMANN
Luz porwany przez korsarza chłopcy, który pomimo najcięższego walki
i przeciwności, od warty swojej nie odstąpił i własną pracę przetrwał wy-
wano, szczęście do rodzin swoich powrócił. **Str. 85, cena 80 gr.**

Dla starszych:

WIĘCEJ UFNOŚCI – Ks. A. MAJEWSKI
Książka na czasie. Wskazuje nam na niekończącą się drogę, miłość i miłost-
kliwość Boga. Jest najlepszym kierownikiem dla dusz stroniących. Uspokaja je on do
życia prawdziwego, trwałego i przetrwał. **Str. 52, cena 40 gr.**

KU WYŻYŃM ŚWIĘTOŚCI – Ks. A. MAJEWSKI
Dzieci swoje, polone tu na kilkadziesiąt stronach, wyjaśniają, na czym kon-
kretnie polega i wskazuje drogę do tej świętości. **Str. 52, cena 40 gr.**

WANDA MALCZEWSKA – Ks. S. P. M.
Życiowo oprowadza i przetrwał, stylom napisany życiowy tej „Ma-
lczonki” pomału i w porównaniu do jej życia. **Str. 306, cena 2.- zł.**

ZA MAŁO ZNIWIARZY – PAWEŁ MANNA
Ks. Atrybikop Nowowiański, w przedmowie do tej książki, pomału na następują:
„Pomału nam jej było.
Wyraźnie stał sobie i pomału widać o potęgę Maryi, o siłę, która
daje nam miłość i otępienie grzechu, serce nasze (chłopcy), i o wiele innych
rzeczy, które wskazują drogę do Boga, ale także książka, która opowiada
wiersze w „Jednym dziele, nie mamy. Niechże więc ta książka „Za mało
zniewiarzy” serce do potęg, które nas prowadzi do niekończącej się ciele
na ziemi”. **Str. 372, cena 2.40 zł.**

Zamawiać:
WYDAWNICTWO KSIĘŻY PALLOTYNÓW
WARSZAWA, KRAKOWSKIE PRZEDMIEŚCIE 71.

Fotografia 2. Reklama Wydawnictwa Ks. Pallotynów (fot. autorka)
Źródło: „Rodzina Polska” 1935, z. 1, [tylna okładka].

W późniejszym okresie, od 1935 r., ogłoszenia Wydawnictwa Księży Pallotynów utrzymały się nadal w bardzo dużym, całostronicowym formacie i zaczęły uwzględniać kilkanaście pozycji książkowych wraz z krótkimi recenzjami. Pod nagłówkami: „Nowości wydawnicze bieżącego sezonu”, „Tani marzec i kwiecień”, „Aktualne wydawnictwa”, „Na wywczas wakacyjne”, „Upominki gwiazdkowe”, „Żyjmy i módlmy się z Kościołem św.”, „Nie zapominajcie zaopatrzyć się w dobrą i pożyteczną książ-”

²⁷ „Rodzina Polska” 1936, z. 9, s. [III]. W przypisach cyfrą rzymską oznaczono nieliczone strony periodyku znajdujące się przed zasadniczą paginacją numeru.

kę”, „Dobra książka to skarb” przedstawiono bogatą ofertę wydawniczą. W ogłoszeniu pod nagłówkiem „Dobra i tania książka” pisano:

Jest nie tylko przyjacielem, ale też strawą dla duszy naszej. W długie wieczory zimowe dobra i zajmująca książka jest dla każdego konieczna. Bez książki człowiek nie wie co z sobą i z czasem zrobić. Tymczasem na zawadzie stoi nieszczęsny brak gotówki, któryby umożliwił nabycie potrzebnych pism. Uwzględniając obecne trudne czasy, Stowarzyszenie Misyjne księży Pallotynów rozsyła drukowane u siebie powieści i opowiadania po najniższych cenach, byle tylko otworzyć drzwi dla dobrej, a przede wszystkim treściwej książki i uprzystępnąć czytelnictwo najszerszym kołom w mieście i na wsi²⁸.

Spisy dostępnych w sprzedaży dzieł umieszczono w następujących działach: „Teologia”, „Liturgia”, „Historia”, „Rozprawki biblijne”, „Rodzina”, „Wychowanie”, „Społeczne”, „Życiorysy”. Osobno wymieniano „Książki na Wielki Post”, „Książki do nabożeństwa” oraz „Sztuczki sceniczne”. Ponadto brano pod uwagę różne kategorie czytelników: „Książka dla młodzieży”, „Książka dla dzieci”, „Książka dla dziewcząt”, „Książka dla chłopców”, „Książka dla starszych”. Do poszczególnych pozycji bibliograficznych dodawano oprócz krótkich recenzji spisy treści, fragmenty przedmów lub wypowiedzi prasowych. Ze względu na bogatą ofertę Wydawnictwa Księży Pallotynów warto omówić reklamę książki, stosując poniższy podział.

a) Reklama książki religijnej (modlitewników, katechizmów, rozważań)

Pierwszy anons Wydawnictwa Księży Pallotynów ukazał się w drugim numerze z 1927 r. w dużym całostronicowym formacie, na tylnej okładce pisma. Pogrubioną czcionką wyróżniono adres, na który można było nadsyłać zamówienia. Ogłoszenie uwzględniło dwa tytuły prasowe²⁹ i trzy książkowe, informując o zawartości poszczególnych pozycji. Anons ujęto w ozdobną ramkę z tytułami wyróżnionymi kursywą i opisem drobnym drukiem. Przejrzystości dodawały reklamie elementy graficzne w postaci gwiazdki, oddzielające każdą pozycję. Rozstrzelonym drukiem czytamy:

²⁸ „Rodzina Polska” 1935, z. 2, s. [I].

²⁹ M.in. miesięcznik ilustrowany „Królowa Apostołów”, gazetkę „Mały Apostoł”, ponadto zapowiadano powstanie czasopisma „Bez Przyłbicy” i dwutygodnika „PAX”.

„polecamy gorąco książeczkę do modlenia pod tytułem: *Jak kochać Jezusa*” autorstwa pierwszego redaktora „Rodziny Polskiej” ks. Alojzego Majewskiego (Wadowice 1926). Rozpoczęto zatem od modlitewnika św. Teresy – przedstawicielki „drogi dziecięctwa duchowego”, liczącego 256 stron z czterema wizerunkami świętej, na dobrym papierze w „cenie z przesyłką 2 zł”³⁰. Wśród najliczniejszej grupy książek o tematyce religijnej znalazło się kilka tytułów autorstwa ks. A. Majewskiego: *Miłość współczująca* (Ołtarzew 1931), *„Panie... Ty wiesz, że Cię miłuję”* (Warszawa 1935), *Więcej ufności* (Ołtarzew 1943), *Ku wyżynom świętości* (Warszawa 1934) czy *Przewodnik po Komunii św.* (Warszawa 1935).

Kolejna reklama pod nagłówkiem „Aktualne wydawnictwa” uwzględniła lekturę z podziałem na miesiące: „na październik”, „na listopad”, „na grudzień”. W większości były to znane już czytelnikom „Rodziny Polskiej” książki. Jedynie w ofercie listopadowej i grudniowej pojawiły się nowe propozycje: książka do nabożeństwa ks. A. Majewskiego *Błogosławieni miłośnicy* (Warszawa 1933), homilie kapucyna Honorata *Nauki z Ewangelii na niedziele adwentowe* (Warszawa 1913), *Krótkie rozmyślenia dla młodzieży żeńskiej* na okres Bożego Narodzenia Celiny Stoińskiej (Warszawa 1936) i jasełka *Święta noc* W. Grochowskiej (Warszawa 1930)³¹. Istotne zagadnienia podjęto w broszurze *Podstawowe wiadomości o Piśmie świętym* ks. Stanisława Żelazowskiego (Warszawa 1930), *Katechizmie zakonnym* brata Bogumiła Gaworeckiego (Warszawa 1932) oraz w cyklu odczytów *Idea Boga* (Kielce 1933). Jedyną encykliką do kupienia był dokument Leona XIII *O małżeństwie chrześcijańskim* (Warszawa 1931)³². W prawym dolnym rogu pod hasłem „Niebawem ukażą się” przedstawiono reklamę prospektywną siedmiu książek. Wymieniono tylko autorów i tytuły pogrubioną czcionką. Oto przykłady: *O nieśmiertelności duszy* – praca zbiorowa księży profesorów Uniwersytetu Warszawskiego (Warszawa 1920), *Mowy akademickie* ks. biskupa Antoniego Szlagowskiego (Warszawa 1921), pozycje ks. Alojzego Majewskiego – *Klucz do bram wieczności* (Warszawa 1930) oraz *Światła i cienie życia małżeńskiego* (Warszawa 1936)³³.

Do literatury religijnej dołączono pracę zbiorową *Wiara w nieśmiertelność* (Warszawa 1936), poruszającą problem nieśmiertelności duszy

³⁰ „Rodzina Polska” 1927, z. 2, [tylna okładka].

³¹ „Rodzina Polska” 1936, z. 9, s. [I].

³² „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [III–IV].

³³ Tamże, s. [I].

ludzkiej, a także broszurę o dziejach pierwszych gmin wyznawców Chrystusa pt. *Eucharystia jako Sakrament solidarności chrześcijańskiej* ks. Antoniego Pawłowskiego (Warszawa 1936). Z najnowszymi badaniami historycznymi i odkryciami archeologicznymi można było zapoznać się, czytając *Święty Paweł w Atenach* bibliisty ks. Eugeniusza Dąbrowskiego (Warszawa 1936)³⁴. Ogłoszenie Wydawnictwa Księży Pallotynów z myślą o długich wieczorach zimowych uwzględniło 46 utworów w ośmiu działach. Wiele z nich powtórzono (głównie z książek dla młodzieży), ale przedstawiono także nowości. Przykładowo w dziale „Teologia” znalazły się m.in. pamiętnik kursu duszpasterskiego *Duszpasterstwo miejskie* (Warszawa 1930) oraz praca zbiorowa *Studia augustyńskie* (Warszawa 1931). Natomiast w części „Rodzina” zaoferowano odbiorcom studium etyczne pt. *Problem potomstwa* ks. Zygmunta Kozubskiego (Warszawa 1930), cykl odczytów *Małżeństwo a Kościół* (Warszawa 1934) oraz broszurę *Intronizacja Najświętszego Serca Jezusa w rodzinach* ks. A. Majewskiego (Warszawa 1934)³⁵.

W problematyce Wielkiego Postu pozostawały: *Proces Chrystusa* ks. E. Dąbrowskiego (Warszawa 1935), *Kazania pasyjne* ks. Feliksa Puchalskiego (Warszawa 1927), *Nabożeństwo do Przenajświętszej Krwi Pana Jezusa* Stefana Rosłona (Warszawa 1935) i zbiór modlitw *Chwilka wolna przy Jezusie* (Kraków 1934). Ceny książek Wydawnictwa Księży Pallotynów kształtowały się w zależności od oprawy i wydania od 40 gr do 4 zł. Część tytułów, jak np. *Kazania pasyjne* ks. F. Puchalskiego (Warszawa 1927), w pierwotnej cenie 1,20 zł, w okresie Wielkiego Postu była oferowana za 60 gr.

Zaproponowano również zbiór modlitw *Nabożeństwo do św. Antoniego* (Warszawa 1936) oraz rozważania *Sam na sam z Bogiem* Elżbiety Łubieńskiej (Łowicz 1920)³⁶. Pod nagłówkiem „Wydawnictwo Księży Pallotynów, Warszawa Krakowskie Przedmieście 71 poleca następujące nowości” odbiorcy mogli nabyć 16 wydanie rozważań eucharystycznych *Jezus-Hostia* bł. Piotra Eymarda (Warszawa 1936) i „w pięknej szacie zewnętrznej” opowiadania dla dzieci *Kwiatki Boże* (Warszawa 1936)³⁷.

Ze względu na trudności ze sprzedażą poszczególnych dzieł wydanych w zwiększonym nakładzie, Wydawnictwo Księży Pallotynów ogło-

³⁴ „Rodzina Polska” 1936, z. 9, s. [II].

³⁵ Tamże, s. [III–IV].

³⁶ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [I–II].

³⁷ „Rodzina Polska” 1936, z. 7, s. [II].

siło akcję „Tani marzec i kwiecień”. Rabat w wysokości 50% zapewniono klientom, którzy zamówią wybrane książki z katalogu. Zainteresowanych kupnem wszystkich 30 dzieł o wartości 37,70 zł zachęcano promocyjną ceną 15 zł. Niestety nie zwalniano z kosztu przesyłki. Wśród reklamowanych utworów znalazły się książki do modlitwy: medytacje *Modlitwa Pańska* Janiny Hirschhauerowej (Warszawa 1922), cykl rozważań religijnych i moralnych *Z księgi pielgrzyma* (Warszawa 1931) oraz podręcznik liturgiczny ks. Michała Gatterera *Zwierciadło liturgiczne* (Warszawa 1927)³⁸.

b) Powieści i opowiadania

Pod nagłówkiem „Nowości wydawnicze bieżącego sezonu” omawiane wydawnictwo poleciło powieść historyczną „osnutą na tle prześladowań chrześcijaństwa w pierwszych wiekach” pt. *Kalista* znanego angielskiego kardynała Johna Henry’ego Newmana (Warszawa 1927) i „doskonałą oraz pogłębioną psychologicznie powieść współczesną” *Zawiłe drogi* Marii Friedrich-Brzozowskiej (Warszawa 1936)³⁹. „Na wywczasy wakacyjne” odbiorcy mogli kupić powieść podróżniczą *Wśród raf koralowych* Marii Mierzejewskiej (Warszawa 1932), powieść obyczajową *Dwór i chata* Wandy Grochowskiej (Warszawa 1934), *Jagusię* Jerzego Orwicza (Warszawa 1928), powieść miłosną *Na rozdrożu* Hieronima Żeleskiego (Warszawa 1929) oraz nowele *Z biegiem roku* ks. Józefa Lucasa (Warszawa 1936)⁴⁰. Czytelnicy mogli nabyć również dramatyczną powieść *Jak zabiłam moje dziecko* francuskiego pisarza katolickiego Pierre’a l’Ermite (Warszawa 1929) oraz „zajmującą i godną polecenia” książkę ks. Ferdynanda Machaya *Honorni orawiaczy* (Warszawa 1926). Anons polecał także „wzruszającą, ozdobioną barwnym stylem i żywą charakterystyką osób powieść” *Tajemnica wiejskiej chaty* (Warszawa 1934) oraz *Sercem i szablą* W. Grochowskiej (Warszawa 1935)⁴¹. Tej samej autorki dostępny był zbiór poezji *Leć piosenko* (Warszawa 1936), „śpiewanej przez lud przy pracy” i drugie wydanie powiastki historycznej z czasów królowej Jadwigi *Wiesławek* (Warszawa 1936)⁴².

³⁸ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [III].

³⁹ Tamże, s. [II].

⁴⁰ „Rodzina Polska” 1936, z. 7, s. [III–IV].

⁴¹ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [IV].

⁴² „Rodzina Polska” 1936, z. 9, s. [II].

Podróż misyjną do Afryki ks. A. Majewskiego (Wadowice 1927) i bogato ilustrowane *Gawędy Misjonarza* (Wadowice 1926) proponowano „przyjaciołom misji i rodzinom”⁴³. Problematykę misyjną poruszono jeszcze w powieści *Za mało żniwiarzy* ks. Pawła Manna (Warszawa 1932). Nowości Wydawnictwo Księży Pallotynów zaopatrywało zwykle w obszerniejsze recenzje. Pokazną adnotację dotyczącą treści dzieła otrzymała powieść ks. Franciszka Gryglewicza *Wyciągnięte ramiona* (Warszawa 1936)⁴⁴.

Młodzież mogła wybrać odpowiednią lekturę spośród piętnastu pozycji książkowych, m.in. *Laleczkę* hr. Beaurepaire-Louvagny (Warszawa 1936), *Anielską dziecinę* (o Gemmie Galgani) Apolonii Karwackiej (Warszawa 1936), *Jeńca korsarza* ks. Józefa Spillmanna (Warszawa 1936) oraz osiem broszur z cyklu *Potęga przyjaźni* (Warszawa 1936)⁴⁵. Informowano również o możliwości nabycia „budującego opowiadania dla młodzieży” *Dzieje żydowskiego dziewczątka* Antoniego Radęckiego (Warszawa 1936). Dzieciom proponowano ponadto *Kwiatki Boże* (Warszawa 1936) oraz opowiadanie W. Grochowskiej *Dzwonki* (Warszawa 1936)⁴⁶. Innym podziałem posłużono się w reklamie zatytułowanej „Dobra książka to skarb”. Pod hasłem „Dla dziewcząt” zachęcano do kupna opowiadania Pauliny Budzyńskiej *Basia* (Warszawa 1934). Chłopców mógł zainteresować znany już *Jeniec korsarza* Józefa Spillmanna (Warszawa 1935), starszych natomiast utwory *Więcej ufności* (Warszawa 1935) i *Ku wyżynom świętości* ks. A. Majewskiego (Warszawa 1935)⁴⁷.

c) Inscenizacje

Poza powieściami i opowiadaniem zainteresowani mogli zakupić także utwory dramatyczne *Zima i wiosna* (Warszawa 1935) oraz *W dzień Zmartwychwstania* W. Grochowskiej (Warszawa 1935). Po niskiej cenie (60 groszy) oferowano „sztuczkę misyjną w dwóch odsłonach” o nawróceniu plemienia Indian pt. *Krzyż Indianina* Józefa Sikorskiego (Warszawa 1936). Z okazji 400-letniego jubileuszu urodzin ks. Piotra Skargi zachęcano do

⁴³ „Rodzina Polska” 1927, z. 2, [tylna okładka].

⁴⁴ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [III]; z. 7, s. [II].

⁴⁵ „Rodzina Polska” 1936, z. 7, s. [IV].

⁴⁶ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [II].

⁴⁷ „Rodzina Polska” 1935, z. 1, [tylna okładka].

kupna sztuki o „największym polskim kaznodziei” *Prorok narodowy* Marii Alicji (Warszawa 1936). Pracę zawierającą również proroctwa o upadku i powstaniu Polski, wypowiedziane przez „natchnionego mówcę”, wzbogacono ilustracjami Artura Grottgera. Część polecanych tytułów wraz z recenzjami ujęto w osobne ramki⁴⁸. Do kupienia była także sztuka z życia św. Stanisława Kostki *Kasztelaniec* autorstwa Zofii Topińskiej (Warszawa 1933)⁴⁹.

d) Życiorysy, pamiętniki i poradniki

W ofercie nie zabrakło życiorysów świętych. Przykładem może być studium kultu Bogarodzicy zatytułowane *Patronka Warszawy* Mieczysława Skrudlika (Warszawa 1936), *Święta Monika* J. Humnickiej (Warszawa 1934), *Królowa Jadwiga na Wawelu* Aleksandra Borawskiego (Warszawa 1933) i *Wanda Malczewska* ks. A. Majewskiego (Warszawa 1933)⁵⁰. Z łżejszej literatury proponowano pamiętnik Tadeusza Kordyasa *Prawdziwe nieprawdy* (Warszawa 1936) czy też broszurkowy poradnik *Miód żywi i leczy* A. Margońskiego (Warszawa 1936)⁵¹ oraz cenne wskazówki *Kiedy mówić, kiedy milczeć* ks. Józefa Lucasa (Warszawa 1936)⁵².

Na łamach „Rodziny Polskiej” powiadamiano, że proponowane pozycje książkowe można było nabyć w Stowarzyszeniu Pallotynów lub w Księgarni „Przeglądu Katolickiego”⁵³. Wybrane tytuły z tej samej oferty bez adnotacji powtórzone w spisie „Dobrej książki na «letnie wywczaszy»” w dwu kategoriach: „Ciału odpoczynek” i „Duchowi pokrzepienie”⁵⁴. Pod hasłem „Upominki gwiazdkowe”⁵⁵ widniały znane już tytuły dla dzieci i młodzieży. Wydawnictwo opublikowało również katalog książkowy zawierający wykaz dorobku z ostatnich 9 lat o „objętości 44 stron w podziale na 16 działów wedle wytycznych w księgarstwie i specjalnymi kartami do zamówień”⁵⁶. Na jego zawartość złożyło się 10 wydawnictw periodycznych oraz 182 tytuły książek.

⁴⁸ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [I–II].

⁴⁹ „Rodzina Polska” 1936, z. 9, s. [I].

⁵⁰ „Rodzina Polska” 1936, z. 7, s. [I].

⁵¹ „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [IV].

⁵² „Rodzina Polska” 1936, z. 4, s. [II].

⁵³ „Rodzina Polska” 1935, z. 3, z. 9, [tylna okładka].

⁵⁴ „Rodzina Polska” 1935, z. 6, [tylna okładka].

⁵⁵ „Rodzina Polska” 1935, z. 12, [przednia okładka].

⁵⁶ „Rodzina Polska” 1936, z. 7, s. [I].

Reklama wydawnicza – Wydawnictwo M. Arcta

Drugą oficyną ogłaszającą anonse reklamowe na łamach „Rodziny Polskiej” było warszawskie Wydawnictwo M. Arcta. Proponowana oferta była wprawdzie uboższa od Wydawnictwa Księży Pallotynów, ale prezentowana w formie znacznie lepiej opracowanej graficznie. Stosowano różnorodną czcionkę, rozstrzelony druk, co sprawiało, że ogłoszenia były atrakcyjniejsze. Poprzez anonse polecano do nabycia encyklopedie, słowniki, monografie, powieści, życiorysy znanych działaczy narodowych i społecznych, albumy.



Fotografia 3. Reklama Wydawnictwa M. Arcta (fot. autorka)
 Źródło: „Rodzina Polska” 1936, z. 5, [tylna okładka].

Bogatym treściowo ogłoszeniem wydawnictwa była informacja o możliwości nabycia „na ulgowych warunkach” encyklopedii wierzeń wszystkich ludów i czasów pt. *Prawdy i herezje* w opracowaniu Stanisława Piekarskiego (Warszawa 1930). Obejmowała ona dziewięć zeszytów

„na bezdrzewnym papierze wraz z ozdobną oprawą płócienną”. Dla zachęcenia przyszłych odbiorców przy zakupie dodawano bezpłatnie książkę *Wyznania religijne w Polsce* (Warszawa 1924) oraz oferowano możliwość spłaty w trzech ratach miesięcznych po 10 zł. Encyklopedia kosztowała 32 zł. Większym stopniem pisma przestrzegano: „Należy skorzystać z okazji, gdyż komplet w przyszłości będzie kosztował 44 zł”⁵⁷. Przy końcu powiadamiano o pochlebnej recenzji tytułu na łamach „Rodziny Polskiej”.

Pod hasłem „Rocznica listopadowa” firma M. Arct zaproponowała siedem książek. Pierwszą pozycją było jubileuszowe „wytworne wydanie z 16 portretami” *Powstania listopadowego* Artura Śliwińskiego (Warszawa 1930) przygotowane na setną rocznicę. Dzieło oferowano w cenie 7,50 zł, w ozdobnej oprawie zaś 10,50 zł. Pod tym samym tytułem ukazała się monografia Ewy Białyni (Warszawa 1930) za 2 zł. Informowano, że wartościowa i popularnie napisana książka może być przydatna dla uczniów szkół powszechnych. Dostępne były także życiorysy poświęcone działaczom powstaniowym: *Maurycy Mochnacki* (Paryż 1901), *Ignacy Prądzyński* (Warszawa 1924), *Wodzowie narodu* Heleny Witkowskiej i W. Krzyżanowskiej (Warszawa 1923) – w cenie od 6 do 8 zł w zależności od oprawy. Z tej okazji wyszła również popularna broszura o walkach niepodległościowych *Naród polski w walce o byt* Władysława Smoleńskiego (Warszawa 1919) oferowana za bardzo przystępną cenę 50 gr. Nastolatkom polecano powieść *Reduta Woli* (Warszawa 1930) Walerego Przyborowskiego (za 5 zł)⁵⁸.

Pod nagłówkiem „Zajmujące czytanki dla młodzieży” zamieszczono atrakcyjną reklamę prospektywną. W słowach „znane, lubiane i cenione” zapowiadano wznowienie serii ciekawych i popularnych powiastek przedwojennych. Anons przedstawiał fotografie okładek sześciu pozycji Zbigniewa Kamińskiego: *W pobliżu bieguna* (Warszawa 1930), *Na pustyni Saharze* (Warszawa 1930), *Wychowaniec gajowego* (Warszawa 1930), *Balonem nad Australią* (Warszawa 1930), *Król puszczy* (Warszawa 1930), *W dziewiczych lasach Ameryki* (Warszawa 1930). Oferta była ponadto atrakcyjna cenowo. W sprzedaży pojedynczej wynosiła 70 gr za egzemplarz, w prenumeracie miesięcznej za 2 zł oferowano cztery książeczki po 50 gr, w przedpłacie półrocznej zaś w wysokości 10 zł jeszcze taniej – 42 gr za książeczkę. Prospekt tytułów udostępniano bezpłatnie⁵⁹.

⁵⁷ „Rodzina Polska” 1930, z. 11, s. 351.

⁵⁸ Tamże, s. 239.

⁵⁹ „Rodzina Polska” 1930, z. 10, s. 319.

OD PAŹDZIERNIKA
1930 ROKU UKAZA SIĘ
W NOWYM WYDANIU

**znane
lubiane
i cenione**

ZAJMUJĄCE CZYTANKI

DLA MŁODZIEŻY

Każda książeczka w kolorowej okładce tylko 50 gr. w prenumeracie



Prospekt bezpłatnie.

Wpłaty na P.K.O. 180-70.

Zajmujące Czytanki — to niewielkie, a bardzo ciekawe powieści, stworzone przed wojną ogromnym powodzeniem wśród młodzieży i ludu. Liczyły one kilkaset książeczek z najrozmaitszych dziedzin i zawierały także opowiadania historyczne, przyrodnicze i naukowe. Wznawiamy to wydawnictwo, rozpoczynając od najpopularniejszej „serii pierwszej” w charakterystycznych kolorowych okładkach. Dla ułatwie-

nia nabycia Zajmujących Czytańek wyznaczaliśmy cenę bardzo niską, bo tylko 70 groszy w sprzedaży pojedynczej, w prenumeracie zaś — po 4 książeczki na miesiąc — jeszcze niższą, minimum —

przy opłacie miesięcznej: zł. 2.— (czyli 50 gr. za książeczkę),
w przedpłacie półrocznej: zł. 10.— (czyli 42 gr. za książeczkę).

WYDAWNICTWO M. ARCTA W WARSZAWIE. NOWY ŚWIAT 35.

Fotografia 4. Reklama Wydawnictwa M. Arcta (fot. autorka)

Źródło: „Rodzina Polska” 1930, z. 10, s. 319.

Rozbudowany anons jubileuszowy 1836–1936 oficyny M. Arcta informował o bogatej ofercie firmowej księgarni, obejmującej książki i czasopisma (polskie, francuskie, niemieckie, angielskie, naukowe i beletrystyczne, mody, mapy), nuty (utwory klasyczne i nowoczesne, muzyka taneczna i śpiewy) oraz „tani bazar” (wielki wybór kilku tysięcy tytułów książek antykwarycznych dla dzieci i dorosłych po cenach obniżonych). W rubryce „Wydawnictwa własne” zamieszczono cztery książki, różne pod względem tematycznym. Cenne i dobrze przyjęte przez krytykę *Dzieje sztuki polskiej* w opracowaniu Michała Walickiego i Juliusza Starzyńskiego (Warszawa 1934), bogato ilustrowane (380 il.) i pięknie oprawione w wytłaczaną okładkę były do nabycia w cenie 30 zł. Drugą propozycję stanowiły wydane pod wspólnym tytułem *Powieści o dawnym obyczaju* Józefa Ignacego Kraszewskiego. Czytelnicy mogli kupić „nadzwyczaj zajmujące dzieła wielkiego pisarza” osobno lub w komplecie. Poszczególne utwory proponowano w wersji tańszej i droższej – pięknie oprawionej. Przykładowo *Chata za wsią* (Warszawa 1936) kosztowała 4 i 6,20 zł, *Komedianci* (Warszawa 1936) 6 i 8 zł, a *Złote jabłko* (Warszawa 1936) 5 i 7,40 zł. Trzeci tytuł to poradnik Jacquesa de Verdmon *Kuracja roślinna* (Warszawa 1936). Jako ostatni z wydawnictw własnych proponowano *Mały słownik języka polskiego* (Warszawa 1936), reklamując

go w następujący sposób: „Znakomita książka pomocnicza, niezbędna dla wszystkich, których nie stać na duży *Słownik Ilustrowany Języka Polskiego* za zł. 60.– objaśnia 19.000 słów i 6.000 wyrazów. Wydanie popularne, bez obrazków. Str. 675, zł 6.90 w oprawie zł. 10 – Wydanie ilustrowane z 64 tablicami ilustracji, w ozdobnej oprawie zł. 15”⁶⁰. W dziale „Wyjątkowa okazja” umieszczono książki dla dzieci i młodzieży po cenach zaniżonych ze względu na wyczerpujący się nakład. Zachęcano do kupna co najmniej kilku tytułów. Przykładowo zestaw sześciu *Baśni i wesołych wierszy* Or-Ota (Artura Oppmana) (Warszawa 1928) dawniej w cenie 11,80 zł – w promocji 3,30 zł, trzy bogato ilustrowane książki Janiny Porazińskiej wcześniej do nabycia za 8,60 zł – 4,40 zł, dwadzieścia osiem tytułów Józefa Ignacego Kraszewskiego, m.in. *Powieści historyczne* (Warszawa 1922) początkowo w cenie 26,80 zł, później 12 zł, trzy piękne powieści Anny Green oraz *Bajki staroświeckie* Antoniego Gawińskiego (Warszawa 1928) z jego rysunkami⁶¹.

Reklama księgarska

Poza bogato prezentowaną ofertą oficyn wydawniczych na łamach miesięcznika „Rodzina Polska” ogłaszały się również trzy księgarnie. Pod nazwą „Księgarnia Katolicka” swoją propozycję przedstawiała Księgarnia i Drukarnia Katolicka z siedzibą w Katowicach. Anons ujęty w prostą ramkę ozdobiły elementy graficzne. W lewym górnym rogu umieszczono kilka książek, w tym jedną otwartą. Nazwę firmy od tekstu właściwego oddzielało kilka prostych linii. Jej zawartość stanowiły ogólne informacje o repertuarze: „Polecamy [...] dzieła z wszystkich gałęzi literatury z specjalnym uwzględnieniem teologii, wielki wybór ksiąg liturgicznych: mszały, brewiarze, diurnaliki, rytuały”⁶². Oferta objęła także prenumeratę pism krajowych i zagranicznych oraz sprzęty kościelne wraz dewocjonaliami. Pracownicy księgarni zakładali i uzupełniali również biblioteki ludowe. Na początku i końcu reklamy polecano usługi własnej drukarni i introli-gatorni.

Swoją propozycję na łamach „Rodziny Polskiej” „na dogodnych warunkach” drukowała w ozdobnej ramce warszawska Księgarnia „Polaka-

⁶⁰ „Rodzina Polska” 1936, z. 5, [tylna okładka].

⁶¹ Tamże.

⁶² „Rodzina Polska” 1927, z. 2, s. 49.

-Katolika” mieszcząca się przy Krakowskim Przedmieściu 71⁶³. W ogłoszeniu nie wymieniano poszczególnych tytułów, jedynie informowano o dostępnych nowościach z zakresu ascetyki, homiletyki, filozofii, beletrystyki i bogatym wyborze pozycji dla dzieci i młodzieży. Pod hasłem „Wydawnictwa ludowe” zainteresowani mogli zapoznać się z „wydawnictwami gwiazdkowymi i teatrzykami amatorskimi” oraz kalendarzami na rok 1928. W dziale „Dla Wielebnego Duchowieństwa” polecano natomiast brewiarze, mszały, kancjonały. Osobno reklamowała się Drukarnia Archidiecezjalna „Polaka-Katolika” z siedzibą w tym samym miejscu. Zaopatrzona w najnowszy typ czcionek i maszyn była w stanie „wykonywać wszelkie zlecenia szybko i tanio”⁶⁴.

Księgarnia „Przeglądu Katolickiego” na łamach „Rodziny Polskiej” po raz pierwszy w 1935 r. zamieściła ogólny anons z informacją, że „Na życzenie sprowadza i dostarcza książki z wszystkich wydawnictw krajowych i zagranicznych bez żadnej dopłaty za zamówienia. O ile tylko możliwe uprasza się o łaskawe podanie tytułu książki, autora, miejsca i roku wydania”⁶⁵. Ogłoszenie rozpoczęto wykrzyknikowym „Uwaga. Jeżeli potrzebujesz jakąkolwiek książkę z innych dziedzin, nie szukaj długo lecz napisz natychmiast do księgarni”⁶⁶. Powtórzono je jeszcze trzykrotnie. Konkretne tytuły księgarnia „gorąco polecała” odbiorcom periodyku pod hasłem „Żyjmy i módlmy się z Kościołem św.” Tutaj znalazły się głównie mszały oprawione w różnokolorową skórę lub płótno. *Mszał rzymski* (Poznań 1931) w większym formacie 16,5 × 10,5 cm, w wersji broszurowej kosztował 12,60 zł, w płótnie 14,80 zł, a w czarnej skórze ze złotym obramowaniem 29,50 zł. Zainteresowani mogli nabyć także *Mszał niedzielny i świąteczny* w opracowaniu ks. M. Kordela (Kraków 1935) – analogicznie w płótnie za 3,70 i w skórze za 6 zł. Dla młodzieży polecano zbiór nabożeństw i pieśni *Ciebie Boga chwalimy* ks. Stanisława Tworowskiego (Warszawa 1934) za 1 zł i 1,50 zł. Najmłodszym rekomendowano do wyboru ilustrowany *Mszalik dla dzieci* ks. Zygmunta Bielawskiego (Warszawa 1935) lub *Mszalik dla dzieci* ks. Marcelego Godlewskiego (Warszawa 1935). W ofercie nie zabrakło ważnej pozycji Tomasza à Kempis *O naśladowaniu Chrystusa* (Kraków 1935), w zależności od oprawy w cenie

⁶³ „Rodzina Polska” 1927, z. 12, s. 297.

⁶⁴ Tamże.

⁶⁵ „Rodzina Polska” 1935, z. 7, [tylna strona przedniej okładki].

⁶⁶ Tamże.

od 2,50 do 7,50 zł. Ponadto w sprzedaży było pięć książek poświęconych mszy św.⁶⁷

Podsumowanie

Po przeanalizowaniu oferty wydawniczej i księgarskiej reklamowanej na łamach „Rodziny Polskiej” można stwierdzić, że była ona w pełni dostosowana do profilu pisma. Odbiorcy nie mogli dokonywać wyboru spośród wielu wydawnictw, gdyż uwzględniono jedynie dwa: katolickie Wydawnictwo Księży Pallotynów i świeckie Wydawnictwo M. Arcta. Przejawiano tu tendencję podobną do poznańskiej „Kultury”, gdzie przeważała reklama wydawnictwa, które zarazem drukowało pismo⁶⁸. W trzydziestoletnim okresie ukazywania się ilustrowanego miesięcznika opublikowano pięćdziesiąt dwie reklamy książek, co nie wydaje się zbyt dużą liczbą. Częstotliwość ogłoszeń nie była zbyt natrączywa, anonsów nie zamieszczano także regularnie. Tę samą reklamę powtarzano bowiem powyżej dwa lub trzy razy. Redakcja zapewne dbała bardziej o bieżące informowanie o nowościach wydawniczych niż o to, aby odbiorcy pisma koniecznie zakupili wymieniane tytuły.

W periodyku przestrzegano zasady doboru odpowiedniej książki dla odbiorcy katolickiego miesięcznika, jakim była „Rodzina Polska”. Zainteresowani mogli śledzić nowe wydania życiorysów świętych oraz znanych działaczy społecznych. Polecano książki o tematyce teologicznej i religijnej, nowości beletrystyczne, literaturę piękną, poradniki w zdecydowanej większości autorów rodzimych. Wydawnictwo M. Arcta wzbogaciło ofertę o encyklopedie, słowniki i albumy. Reklamę kierowano bezpośrednio do różnych grup wiekowych – od najmłodszych do najstarszych, uwzględniając różnorodną problematykę. Warto zaznaczyć, że na łamach periodyku – jak przystało na czasopismo rodzinne – propagowano także ofertę książek dla dzieci i młodzieży oraz powieści dla kobiet. Czytelnicy mogli nabyć również drobne dramaty wykorzystywane do inscenizacji szkolnych. Uwzględniono dwie serie dla młodzieży: „Potęga przyjaźni” Wydawnictwa Księży Pallotynów i „Zajmujące czytanki” Wydawnictwa M. Arcta. Każdy z zainteresowanych mógł znaleźć pozycję odpowiednią dla siebie, w czym pomocny był katalog prezentujący bogatą ofertę Wydawnictwa Księży Pallotynów.

⁶⁷ „Rodzina Polska” 1935, z. 11, [tylna strona przedniej okładki].

⁶⁸ Zob. E. Kristanova, *Reklama książki...*, s. 109.

Szczególną zachętą dla nabywców stały się duże obniżki cen książek, o których starano się informować przy różnych okazjach. Propozycje były różnorodne; w jednym ogłoszeniu można było znaleźć książki drogie, pięknie oprawione, ale także tanie broszurki. Do kupna nakłaniano również poprzez dobre recenzje. Reklama była przejrzysta i czytelna, a o jej atrakcyjności decydowało bogactwo oferowanych tytułów.

Book advertisements in “Rodzina Polska” (1927–1939)

Abstract

At the beginning the author presents characteristic of little known family catholic monthly published between 1927–1939 in Warsaw. The social-cultural and literary paper was for the Polish intellectuals. In newspaper there are a lot of religious, historical and social problems and womanly column. Illustrated “Rodzina Polska” was very attractive graphically. Author writes about form of book advertisements. Editorial staff chose rather religious books and novels, stories, diaries, biographies, albums, encyclopedias, dictionaries, pamphlets and fairy tales for children too. Advertisements were not regularly but adapt for the periodical. The most of them were from Wydawnictwo Księży Pallotynów.