

Eliza Lubojańska

Reklama książki i prasy na łamach "Gościa Niedzielnego" : 1923-1939

Fides: Biuletyn Bibliotek Kościelnych 1 (34), 127-150

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

ELIZA LUBOJAŃSKA¹

REKLAMA KSIĄŻKI I PRASY NA ŁAMACH „GOŚCIA NIEDZIELNEGO” (1923-1939)

Reklama książki współczesnej pojawia się zarówno w mediach drukowanych, jak i w radiu, w telewizji i w Internecie. Książka należy jednak do dóbr najslabiej promowanych przez mass media, gdyż na jej propagowanie przeznaczają się stosunkowo niewielkie nakłady finansowe. W artykule *Jaka reklama wydawnicza? Problem z koniecznością wyboru* autor zaznacza, że reklama prasowa jest książkę potrzebna i powinna być przy tym dostosowana do grupy odbiorców pisma, uwzględniając przy tym ich preferencje czytelnicze i oczekiwania². Ogłoszenia prasowe są popularnym sposobem popularyzowania książki od początku istnienia prasy³. Wielokrotnie już wypowiedziano się o reklamie książki na łamach poszczególnych tytułów

¹ Biblioteka Teologiczna Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

² M. Miciński, *Jaka reklama wydawnicza? Problem z koniecznością wyboru*, „Wydawca” 9 (2005), s. 20.

³ Reklama prasowa była m.in. przedmiotem następujących opracowań: M. Brzostowski, *Reklama prasowa*, Warszawa 1976; A. Kowal-Orczykowska, *W niewoli reklamy? Percepcja ukrytych przesłań reklamy prasowej*, Kraków 2007; A. Janiak-Jasińska, *Aby wpadło w oko. O reklamie handlowej w Królestwie Polskim w początkach XX w. na podstawie ogłoszeń prasowych*, Warszawa 1998; T. Hussak, *Reklama i propaganda książki*, Warszawa 1970; H. Kurta, *Reklama prasowa: wybrane zagadnienia*, Warszawa 1969; D. Wańka, *Reklama książki na łamach „Gazety Kaliskiej” w latach 1893-1914*, w: *Książka, biblioteka, informacja – między podziałami a wspólnotą*, pod red. J. Dzieniakowskiej, Kielce 2007.

prasowych⁴. Pierwsze katalogi księgarskie i prospekty wydawnicze pojawiły się w Europie już w XVI wieku. W Polsce pierwsze ogłoszenie zamieszczono w „Kurierze Polskim” w numerze 37 z 6 września 1730 roku. Rozkwit materiału ogłoszeniowego nastąpił w połowie XIX wieku. Zwiększyła się częstotliwość ukazywania reklam, pojawiły się nazwiska wielu autorów i coraz większej liczby tytułów, co z kolei stworzyło możliwość prowadzenia badań nad książką. Reklama książki zamieszczona w prasie była przeznaczona dla szerokiego kręgu odbiorców, uwzględniając odmienne gusty i upodobania⁵.

W okresie dwudziestolecia międzywojennego nastąpił ożywiony rozwój życia kulturalnego, literackiego i artystycznego. Okres plebiscytu i powstań na Śląsku zaowocował rozwojem ruchu wydawniczego, gdyż książka i prasa narodowa stanowiły pomoc w walce o zachowanie tożsamości narodowej ludności polskiej zamieszkującej na tym terenie. Działające tu stowarzyszenia kulturalno-oświatowe miały za zadanie przygotowanie ludności do recepcji kultury szerszego zasięgu. Śląsk stanął wobec problemu zachowania dawnych tradycji i potrzeby nadrobienia opóźnień rozwojowych. Wiele osób z kręgu duchowieństwa zaangażowało się w działalność oświatową i piarską, także na łamach tygodnika diecezjalnego.

1. Charakterystyka „Gościa Niedzielnego”

Tygodnik katolicki „Gość Niedzielny” należy do najbardziej znanych popularnych czasopism religijnych w Polsce, przeznaczonych dla szerokiego kręgu odbiorców. Dzieje powstania tygodnika sięgają okresu, kiedy drogą plebiscytu część ziem Górnego Śląska została przyłączona do Polski i na tym terenie z diecezji wrocławskiej wydzielona została delegatura książecko-biskupia, stanowiąca załączek

⁴ Z. Bajka, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 3-4 (1993), s. 16-47; J. Czarkowska, *Reklama książki od poczęcia*, „Wydawca” 10 (1994), s. 30-32; H. Czernianin, *Ogłoszenia wydawnicze i księgarskie w „Tygodniku Wileńskim” 1815-1822*, „Roczniki Biblioteczne” 43 (1999), s. 17-31; E. Kristanova, *Reklama książki na łamach „Rodziny Polskiej” (1927-1939)*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2 (2009), s. 27-47.

⁵ D. Wańka, *art. cyt.*, s. 205-206.

przyszłej diecezji⁶. W 1922 roku w miejsce delegatury powołano administrację apostolską Śląska Polskiego, której administratorem ustanowiono ks. Augusta Hlonda. Za główny cel swojej działalności ks. Hlond uznał odnowę życia religijnego i moralnego społeczeństwa. Jednym ze środków służących ku temu była prasa katolicka, omawiająca aktualne zagadnienia z życia Kościoła, wyjaśniająca zasady życia chrześcijańskiego, wskazująca normy postępowania.

Na przełomie XIX i XX wieku zainicjowano w Polsce powstawanie wiele popularnych pism katolickich, wśród których najliczniejszą grupę stanowiły tygodniki diecezjalne. W roku 1895 w Poznaniu zapoczątkowano wydawanie „Przewodnika Katolickiego”, w Płocku od 1906 roku ukazywał się „Mazur”, w Wilnie w roku 1905 zaczęto wydawać „Przyjaciela Ludu”. Intensywny rozwój diecezjalnych pism religijnych nastąpił po I wojnie światowej. Własnymi tygodnikami nie dysponowały jedynie diecezje: chełmińska, lubelska i pińska⁷.

Inicjatorami wydawania tygodników byli biskupi. Ich zamierzeniem było pogłębianie świadomości religijnej wiernych, pomoc w rozwoju inicjatyw duszpasterskich, zwłaszcza Akcji Katolickiej, utrzymywanie łączności z wiernymi i kształtowanie polskiej świadomości narodowej. Charakterystyczne było tworzenie dodatków dla poszczególnych grup czytelników.

Bogate tradycje czasopiśmiennictwa ludowego na Śląsku sprawiły, że powstanie nowego tygodnika katolickiego stanowiło skuteczny sposób nawiązania kontaktu z ludnością zróżnicowaną narodowościowo. Najbardziej poczytnym wówczas pismem katolickim na Śląsku był ukazujący się od 1895 roku w Wrocławiu „Posłaniec Niedzielny”, zarówno w wersji polskiej, jak i niemieckiej. Tygodnik w zamierzeniu twórców miał stanowić przeciwwagę dla reprezentującego orientację proniemiecką „Posłańca”⁸.

Pierwszy numer periodyku ukazał się 9 września 1923 roku. Podtytuł czasopisma brzmiał: „Tygodnik dla Ludu Katolickiego Administracji Apostolskiej Śląska Polskiego”. Pismo początkowo było

⁶ A. Grajewski, *Świadek i uczestnik. 70 lat „Gościa Niedzielnego” (1923-1993)*, Katowice 1993, s. 7.

⁷ J. Plis, *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film: 1918-1939*, Lublin 2001, s. 75-76.

⁸ S. Tkocz, *W służbie Dobrej Nowiny*, „Gość Niedzielny” 51-52 (1983), s. 5.

skromne objętościowo, liczyło bowiem zaledwie osiem stron. Oprócz doniesień z życia Kościoła lokalnego zamieszczano artykuły o znanych i zasłużonych dla Śląska postaciach, podkreślano istotne znaczenie kształtowania wzorców moralnych, przybliżano czytelnikom kulturę i obyczaje śląskie⁹.

Redaktorzy „Gościa Niedzielnego”, rozpoczynając swą służbę, postawili sobie za zadanie „rozbudzić ducha apostołskiego w każdej rodzinie”¹⁰. Na łamach pisma pojawiały się materiały religijne (m.in. fragmenty Pisma św. na dany tydzień), refleksje moralno-społeczne oraz informacje z życia administracji apostołskiej Górnego Śląska. Dużą wagę przywiązywano do roli rodziny w społeczeństwie, tradycyjnych wartości kultury regionu, co znajdowało odzwierciedlenie na kartach czasopisma. W myśl zasady niekonkurowania z codzienną prasą świecką w tygodniku nie zamieszczano wiadomości o bieżących wydarzeniach w kraju i na świecie, które nie były związane z życiem Kościoła¹¹.

W omawianym okresie pismo było redagowane przez kilku redaktorów naczelnych. Początkowo był nim bardzo krótko ks. Teodor Kubina, proboszcz kościoła Mariackiego w Katowicach, a następnie od 1924 roku ks. Józef Gawlina. Był on autorem wielu artykułów i kazań niedzielnych zamieszczanych w tygodniku, m.in. cyklu opowiadań podróźniczych *Wędrowka żołnierza teologa do Ziemi Świętej*. Od 1926 roku funkcję redaktora powierzono ks. Alojzemu Siemieniowskiemu. Ukształtował on ostatecznie oblicze przedwojennego pisma. Pojawiły się wówczas komentarze redakcyjne i ciekawa publicystyka, rozszerzono znacznie tematykę oraz zwiększono objętość i wzbogacono szatę graficzną. Rozpoczęto wydawanie bezpłatnych dodatków: „Dom i Szkoła” (1930-1934), „Młodzież Katolicka” (1926-1934), przekształconych następnie w jeden dodatek: „Front Katolicki” (1935-1939), oraz „Małego Gościa Niedzielnego” (1926-1939). W 1935 roku zaczął wychodzić poradnik „Dla Gospodarzy i Gospodyń”, a w 1939 roku dodatek „Dla Kobiet”. W budzeniu powołań kapłańskich ważną rolę odgrywał dodatek „Winnica Pańska”. Dla mniejszości niemieckiej zamieszkującej tereny Górnego Śląska prze-

⁹ 75 lat „Gościa Niedzielnego”, pod red. J. Brzozy, Katowice 1998, s. 9.

¹⁰ 10 lat „Gość Niedzielny” 37 (1933), s. 401.

¹¹ K. Gołba, *Jubilat*, „Gość Niedzielny” 39 (1948), s. 318.

znaczony był dodatek „Der Sonntagsbote”. Dzięki tym zabiegom zwiększyła się liczba czytelników pisma. Tygodnik ukazywał się w języku polskim do 30 października 1939 roku, z tym że trzy ostatnie numery wydrukowano jednocześnie w języku polskim i niemieckim w sąsiadujących kolumnach¹².

Tygodnik „Gość Niedzielny” wydawany był początkowo w Wydawnictwie Karola Miarki, Spółka Wydawnicza z ograniczoną poręką w Mikołowie, w objętości ośmiu stron formatu 24 cm × 33 cm. Od numeru 21 z 1925 roku druk tygodnika przejęła Drukarnia Narodowa Hertla w Załężu, która następnie z inicjatywy ks. Teofila Bromboszcza, wikariusza generalnego administracji apostolskiej Śląska Polskiego, została wykupiona przez administrację kościelną. Odtąd spółka działała pod nazwą Księgarnia Katolicka, Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Katowicach, następnie została przemianowana na Księgarnię i Drukarnię Katolicką, Spółka z ograniczoną poręką¹³. Spółka wydawnicza w okresie międzywojennym znacznie się rozwinęła. Opublikowano wówczas 252 książki, broszury oraz wydawano kilka czasopism. Spółka była wydawcą „Gościa Niedzielnego” aż do wybuchu II wojny światowej¹⁴.

Nakład tygodnika w okresie międzywojennym zmieniał się. W roku 1927 wynosił 20 tys. egzemplarzy, w kolejnym 33 tys. Najwyższy poziom osiągnął w latach 1930-1931. Według różnych źródeł wynosił od 42 tys. do 45 tys. egzemplarzy¹⁵. W kolejnych latach wysokość nakładu zaczęła gwałtownie spadać. W roku 1937 z inicjatywy bp. Franciszka Adamskiego podjęto intensywne działania propagujące tygodnik, co ponownie zwiększyło jego sprzedaż. Według danych Jerzego Górala wśród dwudziestu najpopularniejszych pism katolickich w latach 1937-1938 „Gość Niedzielny” zajmował dziesiątą pozycję,

¹² J. Gawor, *Czasopisma diecezji katowickiej*, „Nasza Przeszłość” 44 (1975), s. 145-158.

¹³ *akta rzeczowe Księgarni Katolickiej*, Archiwum Archidiecezjalne w Katowicach, sygn. V A II t. 1: 1934-[1943].

¹⁴ I. Mierzwa, *Działalność wydawnicza diecezji katowickiej w pierwszym pięćdziesięcioleciu jej istnienia*, „Nasza Przeszłość” 44 (1975), s. 122-123.

¹⁵ A. Grajewski, *Świadek i uczestnik*, dz. cyt., s. 12; oraz J. Gawor, *art. cyt.*, s. 150.

a jego nakład wynosił 45 tys. egzemplarzy¹⁶. Według Andrzeja Grajewskiego jednorazowy nakład tygodnika wraz z wszystkimi dodatkami sięgał nawet 100 tys. egzemplarzy w okresie przedwojennym, jednakże trudno te dane zweryfikować¹⁷.

Format i objętość tygodnika ulegały pewnym wahaniom. Początkowo objętość wynosiła zasadniczo osiem stron, natomiast pojedyncze numery okolicznościowe liczyły szesnaście, a nawet dwadzieścia cztery strony. Następnie powiększała się do dwunastu, szesnastu aż do dwudziestu stron. W roku 1937 format wynosił 22,5 cm × 30 cm. Paginacja była początkowo odrębna dla każdego numeru, gdy dodatków przybywało, zachowano numerację ciągłą w obrębie całego roku.

Na łamach tygodnika diecezjalnego „Gość Niedzielny” istotne miejsce zajmowała książka. Drukowano recenzje nowości wydawniczych, adnotacje księgarskie, artykuły dotyczące twórczości wybitnych pisarzy polskich i obcych. Zaznajamiano czytelników z powieściami i opowiadaniem w odcinkach, nie brakowało również utworów dramatycznych i poezji. Czasami pojawiały się na kartach tygodnika nowele, legendy, obrazki z życia. Teksty literackie stanowiły nieodłączną część pisma. Były one istotnym elementem przyciągającym uwagę czytelników, którzy z zainteresowaniem śledzili losy znanych sobie bohaterów. W pierwszych numerach ukazywania się tygodnika drukowano znany na Śląsku poemat ks. Norberta Bończyka *Stary kościół miechowski*. Od 1927 aż do końca roku 1929 drukowano powieść Józefa Ignacego Kraszewskiego *Książka Kordecki*. Kolejna powieść sensacyjna Ludwika Łakomego, *Szlakiem Biedaczyny z Asyżu*, zagościła na łamach tygodnika z końcem 1932 roku. Wątki sensacyjne pojawiły się w 1934 roku w innej powieści: *Skradziona Biblia*, której autorem jest A.E. Mueller. Miłośnikom beletrystyki historycznej przybliżano sytuację chrześcijan w starożytnym Rzymie w powieści Aleksandra Junoszy-Olszakowskiego *Krzyż w płomieniach*. Pod koniec roku 1936 rozpoczęto druk kolejnej powieści historycznej: *Lwy Alkazaru*, o obronie twierdzy Alkazar przez bohater-

¹⁶ J. Góral, *Wydawnictwa i prasa katolicka*, w: *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990. Rocznik statystyczny*, Warszawa 1991, s. 294.

¹⁷ A. Grajewski, *Twój Gość. 85 lat „Gościa Niedzielnego”*, Katowice 2008, s. 41.

skich mieszkańców Toledo. Redakcja tygodnika starała się krzewić wśród czytelników zamiłowanie do języka ojczystego, publikując fragmenty wybitnych dzieł najbardziej znanych wówczas polskich twórców. Na łamach tygodnika pojawiły się fragmenty takich utworów Henryka Sienkiewicza, jak: *Quo vadis*, *Potop*, *Pan Wołodyjowski*, *Legiony*, *Z ziemi chełmskiej*, oraz fragmenty *Chłopów* Władysława Reymonta traktujące o zwyczajach świątecznych, a także wycinki z *Pamiętników* Jana Chryzostoma Paska¹⁸.

Zamierzeniem redakcyjnym było, aby wszystkie utwory zawierały pewne wątki religijne. Ich bohaterami były zazwyczaj postacie obdarzone szlachetnymi przymiotami charakteru, odznaczające się głęboką wiarą, nierzadko zmagające się z trudnościami życiowymi i problemami natury moralnej. Ich postępowanie i decyzje miały wskazywać czytelnikom właściwe wzorce w konkretnych sytuacjach życiowych.

Największą grupę utworów prozatorskich stanowiły krótkie opowiadania, również zawierające wątki religijne. Ich tematyka wiązała się często ze świętami przypadającymi w danym okresie roku liturgicznego. Ich bohaterami byli zwyczajni ludzie, z którymi czytelnicy tekstów mogli się identyfikować. W piśmie drukowano legendy i zbeletryzowane życiorysy świętych, które zamieszczano często w dodatku do tygodnika „Dom i Szkoła”.

W dziale *Bibliografia*, który następnie przemianowano na *Co czytać?*, proponowano czytelnikom zestaw różnorodnych tytułów reprezentujących szeroki przekrój tematyczny, przeznaczonych dla różnych grup odbiorców. Czasami recenzje były obszerniejsze i zajmowały nawet pół strony, nieraz były to tylko kilkudzaniowe słowa zachęty. Obok tytułu i autora zamieszczano zazwyczaj nazwę wydawnictwa, rok wydania publikacji oraz jej cenę.

Reklamy towarzyszyły tygodnikowi już od pierwszego numeru. Nowe tytuły książkowe i czasopiśmiennicze prezentowano przede wszystkim przez zbiorczą reklamę prasową. Na ostatniej stronie pierwszego numeru zamieszczono dwa ogłoszenia wielkości 10,5 × 14 cm. Jedno dotyczyło „Kalendarza Marjańskiego” na rok 1924. Podkreślano, że jest ozdobiony mnóstwem ilustracji, artykułów oraz

¹⁸ Por. „Gość Niedzielny” 3 (1924); 17 (1924); 44 (1924); 43-49 (1925); 6 (1926); 12 (1926); 18 (1926); 26 (1926); 13 (1929); 26 (1929); 52 (1938).

informacji i że będzie dostępny od września w firmie Karola Miarki w cenie 45 tys. marek. Druga reklama prezentowała zakład artystyczny sztuki kościelnej Kazimierza Schaefera w Piekarach¹⁹.

Redakcja periodyku na reklamy prasowe przeznaczala początkowo ostatnią, ósmą stronę numeru. W pierwszych latach funkcjonowania pisma było ich stosunkowo niewiele, zajmowały od jednej trzeciej do półtorej strony. Zdarzały się numery pozbawione reklam lub z wplecionymi w treść drobnymi ogłoszeniami. W miarę poszerzania się objętości do dwunastu, szesnastu, a następnie dwudziestu stron reklam przybywało i pod koniec roku zajmowały one nawet cztery strony danego numeru. Odbiorcom proponowano wiele różnorodnych produktów i usług, począwszy od towarów spożywczych, takich jak ryby i przetwory rybne²⁰, warzywa²¹, mieszanki kawowe²². Swoje wyroby polecały liczne firmy obuwnicze, galanteryjne i tekstylne²³. Najciekawsze graficznie i najobszerniejsze były wszakże reklamy środków piorących, myjących oraz wyrobów farmaceutycznych. Zajmowały one nierzadko całe strony i były bardzo rozbudowane graficznie²⁴. Redakcja nie oponowała nawet przed zamieszczaniem reklam napojów alkoholowych²⁵, informując dokładnie, w jakich godzinach prowadzi się sprzedaż detaliczną w browarze²⁶. Na kartach czasopisma zauważa się całą gamę różnorodnych instytucji finansowych zabiegających o zdobycie nowych klientów wśród czytelników „Gościa”²⁷. Ich aktywność wzmożła się przede wszystkim w okresie kryzysu gospodarczego. Początkowo wiele ogłoszeń dotyczyło usług

¹⁹ „Gość Niedzielny” 1 (1923), s. 8.

²⁰ Reklama Hamburgskiej Hali Ryb, zob. „Gość Niedzielny” 49 (1927), s. 14.

²¹ Z dostawą do domu swoje produkty polecał Paweł Kempa z Katowic, zob. „Gość Niedzielny” 42 (1927), s. 9.

²² Kawa „Mika”, zob. „Gość Niedzielny” 37 (1926), s. 12.

²³ Obuwie firmy „Stabil”, zob. „Gość Niedzielny” 7 (1936), s. 95.

²⁴ Środek piorący „Alboril” lub proszek „Mewa”, zob. „Gość Niedzielny” 51 (1925), s. 11; oraz 43 (1926), s. 11.

²⁵ Reklama hurtowni alkoholowej Przyszkowski i S-ka, zob. „Gość Niedzielny” 15 (1933), s. 203.

²⁶ Browar Oskara Baldera w Królewskiej Hucie, zob. „Gość Niedzielny” 51 (1927), s. 12.

²⁷ Bank Ludowy w Katowicach, zob. „Gość Niedzielny” 52 (1928), s. 22; Bank Spółdzielczy w Cieszynie, zob. „Gość Niedzielny” 26 (1932), s. 16.

lecniczych, jednakże z czasem redakcja wycofała się z tego z racji niemożności sprawdzenia wiarygodności ogłaszających się osób²⁸. Pojawiały się także anonse informujące o możliwości wzięcia udziału w kursach oferujących zdobycie nowych kwalifikacji. Także szkoły zachęcały potencjalnych uczniów do zapisania się do danej placówki ze słowami ponaglenia: „Rolnicy! Zapisujcie szybko córki do szkoły gospodarczej w Strumieniu, bo miejsca zabraknie”²⁹.

2. Reklama wydawnicza

Do najbardziej rozbudowanych pod względem treści i zawartości, a zarazem do najczęściej pojawiających się ogłoszeń zaliczają się reklamy długoletniego wydawcy tygodnika – Księgarni i Drukarni Katolickiej. Charakteryzowały się one zazwyczaj większą powierzchnią, obejmującą nawet całą stronę. Otaczano je ozdobnymi ramkami, stosując różne kroje i wielkości czcionek. Firma informowała, że zajmuje się prenumeratą pism krajowych i zagranicznych oraz posiada w swojej ofercie bogaty wybór książek i sprzętów liturgicznych³⁰. Wielokrotnie drukowano te same ogłoszenia, z niewielkimi zmianami w treści lub układzie graficznym. Często nieduże pojedyncze reklamy wplataną w treść poszczególnych artykułów, np. czytanki dla dzieci przygotowujących się do Pierwszej Komunii św. pt. *Dzieci Boże* autorstwa ks. Franciszka Dobrowolskiego (1931, nr 16, s. 15) z adnotacją, że jest to dziełko wzniosłej treści, ozdobione wieloma rysunkami i nadaje się na prezent dla dzieci z różnych okazji. Nadmieniano, że tytułu należy się spodziewać we wszystkich księgarniach w cenie 6 zł. Wysyłka odbywała się za zaliczką lub po wpłacie należności na konto z doliczeniem 0,75 zł kosztu wysyłki. Jako wielką sensację anonsowano tytuł traktujący o odpowiedzialnym rodzicielstwie pt. *40 lat w służbie bociana* Elżbiety Burgerowej w cenie 9,50 zł i 11,50 zł – w zależności od oprawy. Tytuł eksponowano zazwyczaj większą, wytłuszczoną czcionką. Pod spodem zamieszczono mniejszym drukiem słowa zachęty: „książka, którą dla swego szczęścia powinni przeczytać: każda małżonka, każdy małżonek, każda matka, każdy ojciec, każda panna, kawaler, lekarz, położna, nauczyciel, książka powinna

²⁸ „Gość Niedzielny” 26 (1926), s. 12; 47 (1926), s. 8.

²⁹ „Gość Niedzielny” 50 (1926), s. 8.

³⁰ „Gość Niedzielny” 25 (1925), s. 8; 26 (1925), s. 8.

znaleźć się również w każdej bibliotece”. Podkreślono również, że recenzję wspomnianego tytułu zamieszczono osobno w dodatku do pisma pt. „Dom i Szkoła”³¹. Tytuł książki przewijał się następnie przez wiele numerów w obrębie kilku lat w dziale reklamowym³². Na tej podstawie można sądzić, że nakład jej był zbyt duży w stosunku do zapotrzebowania. Z tego powodu znacznie obniżono również cenę: do 6,50 zł w oprawie sztywnej i do 5 zł w oprawie broszurowej, zapewniając przy tym, że korzystna okazja mija za sześć dni. Redakcja tygodnika informowała, że „zakupiła większą ilość tego cennego dziełka i oddaje je swoim P.T. Czytelnikom po znacznie niższej cenie”. Obok zamieszczony był kupon, na którym można było wypisać zamówienie³³.

Księgarnia polecała „Przewielebnemu Duchowieństwu oraz Szanownej Publiczności” dzieła treści religijnej, wśród nich materiały homiletyczne: „Biblioteka Nowa Kaznodziejska” – miesięcznik poświęcony kaznodziejstwu polskiemu, w cenie od 2,50 zł do 6 zł, w zależności od tomu, gdyż numery z lat 1913-1920 znajdowały się jeszcze na składzie. Innym polecanym czasopismem była „Biblia i Teologia”. Rekomendowano życiorysy i opowiadania o świętych, np. *Żywot bł. Gabryela od Matki Boskiej Bolesnej*. Całostronicowa oferta obejmowała tytuły filozoficzne, liturgiczne, podręczniki teologiczne, kazania i rozmyślenia religijne oraz opowiadania³⁴. Obok tytułów i autorów widniały ceny, u dołu ogłoszenia drobnym drukiem informowano, że „spis powyższy obejmuje tylko drobną część naszych zapasów. Posiadamy na składzie wszelkie inne książki z wszystkich gałęzi wiedzy”.

W celu propagowania czytelnictwa wśród dzieci i młodzieży Księgarnia Katolicka zamieszczała także ogłoszenia o konkursach i zagadkach, np. anons dotyczący konkursu „dla uczniów wszystkich szkół górnośląskich”. Redakcja informowała, że „będzie to zagadka zgłoskowa, za której dobre rozwiązanie rozdamy trzy wspaniałe nagrody książkowe” i wiele nagród dodatkowych. Rozmyślnie nie podano przy tym szczegółowych informacji, odsyłając do rozdawa-

³¹ „Gość Niedzielny” 16 (1931), s. 14.

³² *Tamże*; „Gość Niedzielny” 50 (1931), s. 11, 56 (1933), s. 616.

³³ „Gość Niedzielny” 13 (1933), s. 175.

³⁴ „Gość Niedzielny” 49 (1925), s. 15.

nych wszystkim klientom kalendarzyków szkolnych dla dzieci z okazji rozpoczynającego się roku szkolnego³⁵. W okresie wakacji letnich pojawiały się w tygodniku reklamy dotyczące podręczników szkolnych „wszelkiego rodzaju – od najniższych do najwyższych uczelni po umiarkowanych cenach” oferowanych przez Księgarnię Katolicką³⁶. W pierwszych tygodniach po wybuchu wojny Drukarnia i Księgarnia Katolicka, ratując się zapewne przed bankructwem, zamieściła ogłoszenie informujące, że „drukujemy i oprawiamy wszystko: książki i czasopisma w różnych językach, obrazy wielobarwne, wykresy i tabele, księgi handlowe”, ze specjalnym uwzględnieniem utworów muzycznych. Zapewniała przy tym, że z uwagi na posiadaną „nowocześnie urządzoną introligatornię podołamy wszystkim zleceniom szybko i po cenach przystępnych”³⁷.

Oprócz ogłoszeń zawierających informacje o polecanych tytułach i autorach Księgarnia i Drukarnia Katolicka informowała czytelników wielokrotnie, w całostronicowych anonsach, o posiadanych trzech oddziałach: księgarni, drukarni i introligatorni, z dopiskiem, że „poleca swój skład najstaranniej zaopatrzony w dzieła z wszystkich gałęzi literatury z specjalnem uwzględnieniem teologii”, niezbędne podczas zakładania i uzupełniania biblioteki. Polecano wielki wybór ksiąg liturgicznych, sprzęty kościelne, dewocjonalia oraz prenumeratę pism krajowych i zagranicznych za pośrednictwem wydawnictwa³⁸. W niektórych ogłoszeniach pojawiały się bardziej rozbudowane elementy graficzne, np. jedno z nich zawierało obrazek, na którym umieszczono kilka grzbietów książek i jedną otwartą. Półstronicowa reklama w ozdobnej ramce informowała o olbrzymim wyborze książek ze wszystkich dziedzin literatury i sztuki³⁹. To samo wydawnictwo w innej ofercie, jednakże znacznie mniejszych rozmiarów (8 cm × 10 cm), pod nagłówkiem „ostatnie aktualne nowości wydawnicze” polecało w pierwszej kolejności pozycję ks. bp. Stanisława Adamskiego *Szkoła wedle nauki Kościoła i Uchwał Synodu* oraz dwa inne tytuły wchodzące w skład serii „Biblioteka Uchwał Synodu Polskie-

³⁵ „Gość Niedzielny” 37 (1927), s. 10.

³⁶ „Gość Niedzielny” 31 (1928), s. 14.

³⁷ „Gość Niedzielny” 39 (1939), s. 750.

³⁸ „Gość Niedzielny” 37 (1928), s. 26.

³⁹ „Gość Niedzielny” 52 (1927), s. 16.

go”. Troska o wychowanie dzieci i młodzieży była przedmiotem kolejnych polecanych tytułów: *O katolicką pedagogikę w Polsce* Walego Jasińskiego oraz *Twoje dzieci i ty* Fryderyka Schneidera. W okresie narastającego zagrożenia zewnętrznego i nasilającego się niepokoju społecznego polecano tytuły dotyczące kwestii komunizmu: *Międzynarodówki socjalistyczno-komunistyczne eksploatujące sprawę robotniczą* Henryka Glassa oraz książkę pt. *Inteligencja w straży przedniej komunizmu* Stefana Wyszyńskiego. Wymienione tytuły charakteryzowała niewielka objętość i przystępna cena w przedziale od 0,10 zł do 4,50 zł⁴⁰.

W pojawiających się ogłoszeniach nie wymieniano czasem tytułów. Akcentowano jedynie rangę księgarni na rynku, która jako jedyna w województwie śląskim „posiada przedstawicielstwa najpoważn[iejszych] wydawnictw, dzięki czemu każdy podręcznik szkolny dla każdego typu szkoły posiadamy na składzie”⁴¹.

W okresie poprzedzającym Boże Narodzenie Księgarnia Katolicka usilniej starała się promować swoje wydawnictwa. Z myślą o świątecznych prezentach zachęcano czytelników do zakupów, zamieszczając obok tytułów hasła reklamowe: „Książka jest najpiękniejszym i najodpowiedniejszym podarkiem gwiazdkowym”⁴²; „Z wielkiego wyboru książek z wszelkich dziedzin nauki wymieniamy kilkanaście tytułów książek i albumów, nadających się najlepiej na prezent gwiazdkowy!”⁴³. W tym okresie reklamy były znacznie obszerniejsze, ukazał się nawet osobny czterostronicowy dodatek zawierający kilkadziesiąt tytułów⁴⁴. Polecano książki z wielu dyscyplin: „teologii, sztuki, historii, filozofji, przyrody, podróży, krajoznawstwa, literatury, społecznych, sportu”. Całość pogrupowano w działach: książki obrazkowe, książki obrazkowe w oprawie, parawaniki, bajki i baśnie, książki dla dzieci i młodzieży. Proponowano najczęściej jeden tytuł tego samego autora, np. w grupie książek dla dzieci pojawił się popularny po dzień dzisiejszy utwór *Serce* Edmunda Amicisa z adnotacją „książka dla chłopców”, w cenie 7 zł. W tej samej grupie umieszczono

⁴⁰ „Gość Niedzielny” 16 (1939), s. 322.

⁴¹ „Gość Niedzielny” 37 (1935), s. 512.

⁴² „Gość Niedzielny” 50 (1926), [nlb.].

⁴³ „Gość Niedzielny” 51 (1928), s. 11.

⁴⁴ „Gość Niedzielny” 50 (1926), [nlb.].

no sztandarowe *Baśnie* Hansa Christiana Andersena w cenie 6,50 zł oraz powieść przygodową Daniela Defoe *Robinson Kruzo* w cenie 8 zł, a także nieco droższą pozycję *Don Kiszot* Miguela Cervantesa w cenie 11,60 zł.

W grupie książek obrazkowych dla najmłodszych oprócz tytułów i autorów zamieszczono także rozmiary książek, np. książka *Arka Noego – Królowa Róża – Przygody Andzi* Franciszka Mirandoli ukazała się w formacie 17,5 cm × 15 cm. Jako świąteczne upominki dla dorosłych księgarnia polecała głównie albumy i wydawnictwa bogato zdobione. Wśród nich wyróżnić można następujące pozycje: *Wit Stwosz źródłem natchnień Albrechta Dürera – 118 fotografii* autorstwa Ludwika Stasiaka, *Dziela malarskie* Stanisława Wyspiańskiego (wydanie wytworne na kredowym papierze z reprodukcjami w czterobarwnej rotograwiurze z indeksem wszystkich jego prac)⁴⁵. Polecano także zbiorowe wydania literatury pięknej, a wśród nich *Pisma* Władysława S. Reymonta w dwudziestu tomach. Osobno można było zakupić wydanie *Chłopów* tegoż autora, o objętości 850 stron, z „20 planszami cztero-barwnymi, według obrazów Apoloniusza Kędzierskiego w cenie 160 zł w oprawie broszurowej”⁴⁶. Zachęcano do lektury literatury ascetycznej, proponując *Dzieje duszy, czyli żywot św. Teresy od Dzieciątka Jezus*. Nie zabrakło książek dla miłośników historii. W zalecanym spisie można znaleźć następujące tytuły: *Czasy Zyguntowskie na tle prądów odrodzenia* Kazimierza Morawskiego, *Sztuki historyczne XI wieku* Tadeusza Wojciechowskiego, *Polska w pamiętnikach wielkiej wojny – świadectwa z czasów I wojny światowej* Michała Sokolnickiego. W ślicznej, ozdobnej oprawie, w cenie 50 zł, reklamowano tytuł *Złota księga Polski, historia rozwoju politycznego i gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej ku uczczeniu pierwszego 10-lecia Niepodległości*. Nie brakło również tytułów przeznaczonych dla ściśle określonego kręgu odbiorców. Miłośników łowiectwa zachęcano do kupna gawędy *Z przeżyć i wrażeń myśliwskich* Stefana Krzywoszewskiego, dodając uwagę, że jest to dzieło ozdobne, w dużym formacie, z ilustracjami Kamila Mackiewicza⁴⁷. W ofertach świątecznych zamieszczano zarówno tytuły własne wy-

⁴⁵ „Gość Niedzielny” 52 (1926), s. 13; 51 (1928), s. 11.

⁴⁶ „Gość Niedzielny” 51 (1928), s. 11.

⁴⁷ *Tamże*.

dawnictwa, jak i obce. Ceny poszczególnych tytułów były bardzo zróżnicowane: od 5 zł za *Monety polskie* Mariana Gumowskiego, z trzydziestoma dwoma tablicami w oprawie płóciennej, do 220 zł za wspomniane wcześniej *Pisma* Władysława S. Reymonta. Oprócz tytułów zaprezentowanych w kolumnach, w ramce pod spodem polecano także książki podróżnicze Chrostkowskiego, F. Goetla, Ferdynanda Ossendowskiego, Wacława Potockiego, książki powieściowe wybitnych pisarzy polskich i obcych, jak np.: Juliusza Kaden-Bandrowskiego, Henryka Sienkiewicza, Kazimierza Tetmajera, Stefana Żeromskiego, oraz w ozdobnych oprawach dzieła zbiorowe: Adama Mickiewicza, Juliusza Słowackiego, Zygmunta Krasińskiego. U dołu strony informowano dodatkowo, że na składzie dostępna jest w komplecie „Biblioteka Laureatów Nobla”⁴⁸.

Z myślą o amatorskich zespołach teatralnych Księgarnia i Drukarnia Katolicka polecała nową serię pt. „Biblioteka Sceniczna KDK”, która zawierała m.in.: *Przypowieść o głupich i mądrych pannach* Marii Czeskiej-Mączyńskiej, sztukę *Gdzie miłość, tam i Bóg* F. Milicińskiego, *Gdy brak błogosławieństwa matki* autorstwa Mally Behler. Ceny poszczególnych utworów scenicznych wahały się w granicach 0,80 zł – 1,10 zł⁴⁹.

W ogłoszeniach Księgarni i Drukarni Katolickiej wielokrotnie przewijały się te same tytuły. Na Rok Święty zalecano po raz kolejny pozycje beletrystyczne autorstwa Marii Czeskiej-Mączyńskiej oraz Elżbiety Burgerowej. Oprócz tego polecano tytuł *Szkoła katolicka na Górnym Śląsku* ks. Juliusza Bieńka, *Legends o świętych* Marii Reutt oraz *Duszom zbolełym* autorstwa Ludwika Niedbała⁵⁰. Na łamach tygodnika niejednokrotnie gościła także reklama diecezjalnego modlitewnika pt. *Skarbiec modlitw i pieśni*. Z powodu rozpowszechniających się pogłosek o tym, że modlitewnik w ogóle się nie ukáže, redakcja wydawnictwa zawiadamiała czytelników, że książka zostanie wydana najpóźniej w październiku, z prośbą, aby do tego czasu powstrzymać się od zakupu innej książki modlitewnej⁵¹.

⁴⁸ *Tamże*.

⁴⁹ „Gość Niedzielny” 15 (1936), s. 212.

⁵⁰ „Gość Niedzielny” 38 (1933), s. 444.

⁵¹ „Gość Niedzielny” 30 (1933), s. 324.

Tytuły książek w ofertach przedświątecznych prezentowano zazwyczaj na całej stronie, w dwóch kolumnach, w ozdobnej ramce. W roku 1938, poprzedzającym wybuch II wojny światowej, zauważa się odejście od tej reguły. W „Gościu Niedzielnym” nr 51 z tegoż roku (s. 748) polecano jedynie trzy tytuły dla dzieci w reklamie o rozmiarach 10 cm × 8,5 cm, m.in. modlitewnik dla dzieci z kolorowymi obrazkami pt. *Dziecię i Jezus*. Widoczny jest brak jednolitych zasad opisu. Niektórzy autorzy podawani byli z imienia i nazwiska, przy innych podawano tylko inicjał imienia albo samo nazwisko. Pojawiają się drobne błędy, np. zamiast nazwiska Kossak-Szczucka wydrukowano Korsak-Szczucka (1928, nr 51, s. 11).

Pierwszy wydawca tygodnika: Spółka Wydawnicza Karola Miarki w Mikołowie, polecał w tygodniku wypuszczane przez siebie tytuły. W okresie poprzedzającym przyjęcie Pierwszej Komunii św. informowano, że „wyszła już z druku nowa książka do nabożeństwa dla młodzieży pt. *Droga do Boga*. Obszerna objętościowo (368 s.) polecana specjalnie jako prezent komunijny, zawierająca 170 najpopularniejszych pieśni w cenie 1 złp”⁵². Firma Karola Miarki polecała także poradnik dobrych manier pt. *Formy towarzyskie. Prawidła i wskazówki przyzwoitego zachowania się w różnych chwilach życia*⁵³. Czytelnikom proponowano zakup *Katechizmu katolickiego dla wiernych i szkół* autorstwa ks. Teofila Bromboszcza, w cenie 1,20 zł⁵⁴. Jako

⁵² „Gość Niedzielnym” 21 (1924), s. 8. W dwudziestoleciu międzywojennym obowiązywały w Polsce dwa systemy walutowe: w latach 1918-1924 marka polska, a od 1924-1939 waluta złotowa. W myśl genewskiej konwencji polsko-niemieckiej z 15 maja 1922 roku na Górnym Śląsku postanowiono, że do 1937 roku wyłącznym środkiem płatniczym będzie marka niemiecka. Jednakże gwałtowny spadek wartości marki niemieckiej, znacznie przewyższający inflację marki polskiej, spowodował, że 21 grudnia 1922 roku rząd polski wydał rozporządzenie o wycofaniu z obiegu na Śląsku marki niemieckiej, co nastąpiło 1 listopada 1923 roku. Natomiast 14 kwietnia 1924 roku podpisano rozporządzenie o zmianie waluty i wprowadzeniu waluty złotowej na miejsce marki polskiej; zob. J.A. Szwagrzyk, *Pieniądz na ziemiach polskich X-XX w.*, Wrocław 1973, s. 271-273.

⁵³ „Gość Niedzielnym” 23 (1924), s. 8.

⁵⁴ „Gość Niedzielnym” 42 (1924), s. 16.

nowość polecano tytuł *Gloria in excelsis Deo!* – wybór 14 kolend na 4 głosy mieszane, w cenie 0,80 zł⁵⁵.

Wydawnictwo Księży Pallotynów gorąco polecało czytelnikom książkę *Jak kochać Jezusa*, w cenie 2 zł, zwłaszcza dla czcicieli św. Teresy od Dzieciątka Jezus. Zamówienia można było składać w Wadowicach⁵⁶.

Kilka tytułów zawartych w niewielkim ogłoszeniu (8,5 cm × 4,5 cm) zamieściło wileńskie wydawnictwo „Dobra Prasa”, mieszczące się przy ulicy Zarzecznej 30. Polecano „tanio książki aktualne po cenach zaniżonych z kosztami przesyłki”. Wymieniono dziewięć tytułów, niektóre wraz z nazwiskiem autora, inne zawierające tylko inicjały, np. J.M., *Komunizm a chrześcijaństwo*, w cenie 25 zł; A. Magniez, *Odpowiedzi zdrowego rozumu na zarzuty przeciwko religii*, w cenie 1 zł; M. Skrudlik: *Cudowny Obraz NMP Ostrobramskiej*, w cenie 0,80 zł; *Zasady samokształcenia naucz.[ycieli]*, w cenie 3 zł. Ogłoszenie otoczono ozdobną ramką⁵⁷. W roku 1937 wydawnictwo reklamowało kilka tych samych tytułów.

Jako „piękny podarunek gwiazdkowy” Wydawnictwo Polskie R. Wegnera z Poznania polecało jeden ze swoich tytułów: *Dzieje papieży*, nadmieniając przy tym, że „za wydanie tego wspaniałego dzieła katolickiego otrzymało błogosławieństwo Ojca św. oraz Kardynałów i Biskupów polskich”, prasa zaś zamieściła wiele jego pozytywnych recenzji. Reklama informuje, że publikacja ta, wydana w ozdobnej oprawie, zawiera 720 stron druku, z wieloma przepięknymi ilustracjami, w cenie 48 zł lub 52 zł. Z racji wysokich kosztów, wydawnictwo proponowało dogodne warunki ratalne z doliczeniem kosztów wysyłki⁵⁸.

Anonse niewielkich rozmiarów (8 cm × 6 cm), polecające ciekawe pozycje, zamieszczała również Księgarnia św. Wojciecha, posiadająca swój oddział w Warszawie, w Alejach Jerozolimskich 39. Oferta zawierająca siedem tytułów wraz z nazwiskiem i inicjałem imienia oraz ceną dotyczyła książek o masonerii: *Masonerja w Polsce* Mieczysława Skrudlika, opracowań literackich: *François Mauriac*.

⁵⁵ „Gość Niedzielny” 49 (1924), s. 8.

⁵⁶ „Gość Niedzielny” 49 (1926), s. 12.

⁵⁷ „Gość Niedzielny” 28 (1939), s. 562; 52 (1937), s. 783.

⁵⁸ „Gość Niedzielny” 51 (1937), s. 762.

Studjum literackie Konrada Górskiego, powieści: *Dziedzictwo Kazimierza Wybranowskiego* (właściwe nazwisko: Roman Dmowski). Ceny książek były zróżnicowane: od 1,60 zł do 10,50 zł. Za przesyłkę pobierano opłatę 0,30 zł za jedną książkę bądź 0,60 zł za wszystkie tytuły⁵⁹.

Anons niecodziennej treści zamieściła Katolicka Spółka Wydawnicza, która poszukiwała „wymownych Pań i Panów do sprzedaży nowo wydanej książki dla kobiet”. Dzienny zarobek, jaki proponowano, wynosił od 30 zł do 60 zł⁶⁰.

3. Reklama czasopism

Na łamach tygodnika można znaleźć autoreklamy, zajmujące całą stronę. Redakcja poprzez zamieszczanie haseł: „Dziesiątki tysięcy katolików czyta «Gościa Niedzielnego», ale jest on przeznaczony dla setek tysięcy” zachęcała czytelników do zdobywania nowych odbiorców, a wręcz ich do tego przynaglała: „Jesteś wierzącym katolikiem – bądź apostołem tego pisma. Propaguj je tam, gdzie go jeszcze nie znają i nie czytają (...). Katolicyzm na Śląsku musi iść naprzód, by zdobywać coraz więcej jednostek dla Chrystusa i Jego Boskiej Misji⁶¹”.

Redakcja konkurencyjnego, wydawanego w Poznaniu tygodnika diecezjalnego „Przewodnik Katolicki” reklamowała swoje pismo w katowickim „Gościu”. Informowano, że tygodnik jest bogato ilustrowany, zawiera nauki religijne, „rozprawy popularne naukowe ze wszystkich dziedzin, opowiadania, powieści”. Prawie półstronicowa reklama prezentowała profil czasopisma, warunki prenumeraty wraz z cennikiem, ale była oszczędna graficznie⁶².

Na stronach pisma reklamowały się także rzadziej wychodzące periodyki. Bieżący anons z adnotacją „co dopiero opuściły prasę” dotyczył „Roczników Katolickich” (t. 6, 1929) w cenie 14 zł, w sprawie 16,50 zł. Polecano także wcześniejsze tomy oraz kazania niedzielne,

⁵⁹ „Gość Niedzielny” 22 (1935), s. 314.

⁶⁰ „Gość Niedzielny” 37 (1934), s. 516.

⁶¹ „Gość Niedzielny” 18 (1935), s. 249.

⁶² „Gość Niedzielny” 52 (1929), s. 16.

patriotyczne i okolicznościowe. Zamówienia należało składać u autora: ks. N. Cieszyńskiego w Poznaniu⁶³.

Zarząd Oddziału Śląskiego Związku Harcerstwa Polskiego reklamował na łamach „Gościa Niedzielnego” swoje czasopismo pt. „Na tropie”. Redakcja informowała, że jest to pismo dla młodzieży polskiej i wychodzi dwudziestego piątego dnia każdego miesiąca, w cenie 0,50 zł. Reklama była niewielka: 8 cm × 8 cm, otoczona ramką. Mniejszymi literami wydrukowano zachęcające hasło: „każdy młody Polak powinien prenumerować i jednać prenumeratorów”⁶⁴.

W 1932 roku rozpoczęto w Katowicach wydawanie nowego miesięcznika pt. „Głos Misji Wewnętrznej”, do którego nabycia zachęcały ogłoszenia zamieszczane w „Gościu”. Anons skierowany był w szczególności do osób zainteresowanych działalnością apostołską, członków zrzeszeń i kongregacji kościelnych. Cena pojedynczego egzemplarza wynosiła 0,30 zł, natomiast prenumerata roczna 3,60 zł⁶⁵.

Na łamach czasopisma można było znaleźć także reklamy ówczesnych dzienników, z ciekawymi zwrotami nakłaniającymi do zakupu: „trzeba codziennie wiedzieć, co się dzieje w kraju i na świecie. Dlatego też każdy światły człowiek powinien czytać dziennik katolicki”. Takie słowa zachęty zawierała reklama dziennika „Polska”, informując, że jest to „ponadpartyjne pismo codzienne, informacyjne o treści starannie dobranej, ciekawej, interesującej każdego dobrze myślącego i światłego obywatela – katolika”, traktujące o kwestiach politycznych, gospodarczych, społecznych i religijnych. Redakcja tygodnika z siedzibą w Warszawie przesyłała zainteresowanym osobom bezpłatne egzemplarze próbne. Natomiast prenumerata miesięczna wynosiła 4,50 zł⁶⁶.

Rolnikom, w trosce o „rozwój swojego gospodarstwa”, polecano „jedyne na Śląsku czasopismo fachowo-rolnicze” pt. „Rolnik Śląski”. Numery okazowe tygodnika redakcja wysyłała bezpłatnie. Roczna

⁶³ „Gość Niedzielnny” 15 (1928), s. 16.

⁶⁴ „Gość Niedzielnny” 48 (1930), s. 18.

⁶⁵ „Gość Niedzielnny” 25 (1932), s. 12.

⁶⁶ „Gość Niedzielnny” 48 (1930), s. 16.

prenumerata wraz z bezpłatnym miesięcznikiem „Plon” kosztowała 6 zł⁶⁷.

Książka pallotyni z Krakowa zachęcali młodszych czytelników do prenumerowania prasy, proponując swój tytuł pt. „Mały Apostoł”. Reklama – właściwie do rodziców – kierowała następujące słowa: „kto pragnie swem dzieciom sprawić miłą przyjemność (...), niechaj dla nich zaabonuje *Małego Apostoła*”. Cena miesięcznika wynosiła 1,20 zł⁶⁸. Reklama powtarza się w kilku kolejnych numerach.

Innym polecanym tytułem z myślą o dzieciach był „Mały Świątek” – najstarszy ilustrowany dwutygodnik dla dzieci. Podano szczegółową zawartość numeru. Cena miesięcznika wynosiła 1,10 zł. Pismo ukazywało się w Spółce Zjednoczenia Młodzieży w Poznaniu. Redaktorem odpowiedzialnym był ks. Teodor Kubina⁶⁹. Reklama pojawiła się także w kolejnym numerze.

Tradycyjnie w ostatnich miesiącach roku oraz w styczniowych numerach zachęcano czytelników do zakupu kalendarzy. Informowano o cenie i możliwościach ich nabycia, czasami przez wiele tygodni proponowano to samo wydawnictwo. Już w pierwszym roku ukazywania się tygodnika na ostatniej stronie zamieszczano reklamę „Kalendarza Marjańskiego”, do nabycia w Wydawnictwie Karola Miarki w Mikołowie⁷⁰. Polecano również „Kalendarz Ligi Katolickiej” na rok 1935. Dla skuteczniejszego oddziaływania reklamy ogłoszono w roczniku konkurs z wartościowymi nagrodami (radio, zegarek, serwis)⁷¹.

W roku 1924 pojawiało się niewielkie ogłoszenie, z którego dowiadujemy się, że wyszedł nowy zeszyt „Głósów znad Odry” w cenie 500 marek polskich. Zamówienia można było kierować na adres ks. Emila Szramka przy ul. Francuskiej 1⁷².

W 1926 roku na polskim rynku zaczął się ukazywać nowy miesięcznik poświęcony szerzeniu świadomości religijnej wśród młodzieży. Związek Najświętszego Serca Jezusowego, będący wydawcą pisma, kilkakrotnie zamieszczał reklamy miesięcznika w „Gościu

⁶⁷ „Gość Niedzielny” 22 (1939), s. 462.

⁶⁸ „Gość Niedzielny” 39 (1924), s. 8.

⁶⁹ „Gość Niedzielny” 26 (1924), s. 8.

⁷⁰ „Gość Niedzielny” 2 (1923), s. 8; 3 (1923), s. 8; 5 (1923), s. 8.

⁷¹ „Gość Niedzielny” 50 (1934), s. 698.

⁷² „Gość Niedzielny” 19 (1924), s. 8.

Niedzielnym”. Prenumerata roczna wynosiła 12 zł, podawano adres redakcji i numer konta bankowego⁷³.

Wiele miejsca w stałych rubrykach tygodnika poświęcano także promocji czasopism. Jednym z miesięczników o najwyższym wówczas nakładzie był „Rycerz Niepokalanej”. W rubryce *Bibljoграфия* zaprezentowano numer majowy z roku 1929. W adnotacji treściowej wymieniono najbardziej interesujące tytuły artykułów, m.in.: *Marszałek Foch jako czciciel Niepokalanej, Milicja Niepokalanej*. Cena trzydziestodwustronicowego numeru wynosiła 0,15 zł, w prenumeracie rocznej 1,50 zł, natomiast bezrobotnym i ubogim miesięcznik wysyłano nieodpłatnie⁷⁴. W kolejnym numerze przedstawiono czytelnikom krótką charakterystykę miesięcznika „Hosanna” o tematyce kościelno-muzycznej, wydawanego w Tarnowie. W środku czytelnicy mogli znaleźć artykuły dotyczące m.in. Konstytucji apostołskiej *Divini cultus*, św. Filipa Nereusza i muzyki⁷⁵. Redakcja miesięcznika reklamowała swoje pismo również w dziale ogłoszeniowym, zawiadamiając, że miesięcznik osiągnął już nakład 520 tys. egzemplarzy. Prenumerata roczna wynosiła 1,50 zł, dlatego „każdy, nawet najbiedniejszy może Rycerza abonować” – zachęcano w reklamie⁷⁶.

W rubryce *Co czytać?* czytelnicy mogli dowiedzieć się, że z okazji dziesięciolecia diecezji częstochowskiej wyszedł już „Kalendarz Jasnogórski” na rok 1936, w większej objętości, na lepszym papierze i bogato ilustrowany. Rocznik zawierający „dużo pouczających, ciekawych artykułów (...), najciekawsze wieści ze świata” można było zakupić w „cenie nadzwyczaj niskiej”: 1 zł wraz z przesyłką, w redakcji tygodnika „Niedziela”⁷⁷. Jednozdaniowe hasło reklamowe umieszczone na górze strony miało zachęcić do zakupu „Kalendarza Matki Boskiej Piekarskiej”, w cenie 1 zł, który był rozprowadzany przez kolporterów „Gościa Niedzielnego”⁷⁸.

Wśród polecanych czytelnikom tytułów w stałych rubrykach znajdowały się pozycje odbiegające tematyką od profilu czasopisma, np. informowano odbiorców pisma, że ukazał się już czwarty zeszyt

⁷³ „Gość Niedzielny” 39 (1927), s. 7; 44 (1927), s. 12; 46 (1927), s. 7.

⁷⁴ *Bibljoграфия*, „Gość Niedzielny” 18 (1929), s. 12.

⁷⁵ *Bibljoграфия*, „Gość Niedzielny” 19 (1929), s. 10.

⁷⁶ „Gość Niedzielny” 26 (1932), s. 16; 30 (1932), s. 15.

⁷⁷ „Gość Niedzielny” 38 (1935), s. 526.

⁷⁸ „Gość Niedzielny” 41 (1935), s. 566.

„Śląskich Wiadomości Statystycznych”, miesięcznika wydawanego pod patronatem Śląskiej Rady Wojewódzkiej w Katowicach. Zeszyt zawierał m.in. informacje źródłowe z zakresu statystyki zdrowotności, bezpieczeństwa, stanu zatrudnienia, finansów⁷⁹.

4. Reklama księgarska

Na łamach czasopisma swoją ofertę prezentowało wiele księgarni z siedzibą w Katowicach i okolicznych miastach. Bardzo często szczegółowy spis zamieszczała Księgarnia Polska, mieszcząca się w Katowicach przy ul. Poprzecznej 2, z trzema filiami w Królewskiej Hucie, Mysłowicach i Tarnowskich Górach. W jednej z nich wyszczególniono kilkadziesiąt tytułów wraz z cenami w dwóch grupach: książki dla księży i katechetów oraz książki o treści religijnej i powieściowe dla starszych i młodzieży. W grupie dla księży proponowano m.in.: *Co to jest Pismo święte* Józefa Archutowskiego w cenie 0,96 zł, *Pisma Ojców Kościoła* w opracowaniu Arkadiusza Lisieckiego w cenie 12 zł, *O nauczaniu religii* Stefani Marciszewskiej-Posadzowej w cenie 0,96 zł. W grupie dla dzieci i młodzieży poleciono kilka tytułów opowiadań autorstwa Michaliny Domańskiej: *Żona ułana*, *Paniątka ze dworu*, *Kuglarz Matki Boskiej*, w przystępnych cenach kilkudziesięciu groszy⁸⁰. W innym ogłoszeniu tej samej księgarni, o rozmiarach 12,5 cm × 20 cm, polecano wiele tytułów historycznych, m.in.: *Powstanie listopadowe* Artura Śliwińskiego, *Polska za Piastów* Nowickiego, *Wyprawy krzyżowe* Stanisława Arnolda; *Dzieje Litwy* Jana Jakubowskiego, *Z walk o Lwów* Jana Rogowskiego. Oprócz pozycji *stricte* naukowych polecano powieści i opowiadania oparte na wątkach historycznych, szczególnie utwory Józefa Ignacego Kraszewskiego: *Matka królów*, *Kraków za Łokietka*, *Król chłopów*. Ceny książek były bardzo przystępne: od 0,20 zł do 3,40 zł⁸¹. Reklamy księgarni pojawiają się w wielu kolejnych numerach.

Region Śląska Cieszyńskiego był reprezentowany na kartach tygodnika przez Księgarnię „Kresy”, mieszcząca się w Cieszynie. Za pośrednictwem reklamy starała się ona rozpropagować „nadmwyczajaj

⁷⁹ „Gość Niedzielny” 34 (1934), s. 475.

⁸⁰ „Gość Niedzielny” 16 (1924), s. 8.

⁸¹ „Gość Niedzielny” 45 (1924), s. 8.

zajmującą książkę, która powinna być w każdym domu”, pt. *Pamiętnik z wojny i niewoli* autorstwa Jana Szuścika, w cenie 4 zł⁸².

Lokalny rynek księgarski reprezentowała także Księgarnia Ludwika Fiszera z Katowic. Reklama firmy zawierała następujące informacje: „posiada stale na składzie wielki wybór książek wszelkiej treści i załatwia zamówienia zamiejscowe odwrotną pocztą”⁸³.

Reklama prospektywna, dotycząca Księgarni Kazimierza Schaefera, została zamieszczona w kilku numerach pisma z roku 1933. Zawiadamiano czytelników, że księgarnia zostanie otwarta 1 maja przy ul. Poprzecznej 12. Miała oferować książki religijne, szkolne, naukowe w miejscu, „gdzie wszelkie przejawy najnowszej literatury w różnych jej dziedzinach i językach znajdą swój oddźwięk – gdzie mile przebywać będzie można (...), gdzie dbać się będzie o wygodę klienta”⁸⁴. W jednym z kolejnych numerów, w reklamie o małej powierzchni (5 cm × 3 cm) księgarnia polecała szczególnie książki szkolne⁸⁵.

Z myślą o chórach kościelnych swój asortyment oferował w czasopiśmie Józef Daniel, właściciel Księgarni św. Barbary w Bogucicach. Polecał *Pasye na Palmową Niedzielę i Wielki Piątek* na cztery głosy mieszane oraz nuty do użytku w kościele⁸⁶.

Na łamach tygodnika można znaleźć także reklamy księgarni specjalistycznych: np. Księgarnia i Skład Nut Edmunda Górskiego, z siedzibą w Katowicach przy ul. Młyńskiej 4, polecała „nowości muzyki poważnej i lekkiej, nuty w dużym wyborze”, specjalne ceny oferowała towarzystwom muzycznym⁸⁷.

Niektóre księgarnie polecały raczej asortyment inny niż książkowy. Księgarnia Fr. Tytko z Pszowa polecała na gwiazdkę: „krzyże, lichtarze, świeczki kolędowe i choinkowe, karty świąteczne i noworoczne, kalendarze oraz wszelkie artykuły księgarskie”⁸⁸, natomiast w kwietniu polecano książeczki do Pierwszej Komunii św. i nabożeń

⁸² „Gość Niedzielny” 33 (1925), s. 21.

⁸³ „Gość Niedzielny” 42 (1924), s. 16.

⁸⁴ „Gość Niedzielny” 18 (1933), s. 252.

⁸⁵ „Gość Niedzielny” 49 (1933), s. 600.

⁸⁶ „Gość Niedzielny” 8 (1925), s. 8.

⁸⁷ „Gość Niedzielny” 51 (1934), s. 721.

⁸⁸ „Gość Niedzielny” 51 (1927), s. 12.

stwa oraz szkaplerze i medaliki⁸⁹. Inna katowicka firma, Księgarnia i Skład Artykułów Piśmiennych Towarzystwa Czytelni Ludowych, oferowała czytelnikom „artykuły biurowe, materiały piśmienne po przystępnych cenach”⁹⁰.

Również osoby prywatne zamieszczały ogłoszenia zachęcające do zakupu książek za ich pośrednictwem. Jedno z nich dotyczyło książki autorstwa ks. Janickiego, która ukazała się w Rzymie pt. *Polskie pamiątki w Rzymie*. Z treści anonsu dowiadujemy się, że w Rzymie można znaleźć spory wybór tego typu pamiątek. „Bezinteresowną sprzedażą książki na Śląsku zajmował się p. Rękosiewicz”⁹¹.

5. Wnioski

Analiza oferty wydawniczej, księgarskiej i prasowej, obecnej na łamach „Gościa Niedzielnego” w latach 1923-1939, pozwala stwierdzić, że była ona dostosowana do profilu czasopisma. Reklama była bogata pod względem liczby ogłaszających się wydawnictw, jednakże mniej różnorodna pod względem proponowanych tytułów. Wiele z nich pojawiało się wielokrotnie na łamach pisma, zwłaszcza reklamy oferty wydawniczej Księgarni i Drukarni Katolickiej. Ogłoszeń tych było zdecydowanie najwięcej, pojawiały się one we wszystkich latach, wyróżniały się pod względem graficznym. Ich powierzchnia różniła się znacznie, począwszy od kilkucentymetrowych do zajmujących kilka stron czasopisma. W tygodniku ogłaszały się głównie wydawnictwa religijne. Przeważały reklamy bieżące i retrospektywne, najmniej było ogłoszeń prospektywnych. Najwięcej reklam dotyczyło książek o tematyce religijnej i teologicznej. Nie brakowało także tytułów reprezentujących literaturę piękną, beletrystykę, wydawnictw popularnonaukowych z różnych dyscyplin, podręczników szkolnych, modlitewników. Każdy z zainteresowanych mógł wybrać pozycję odpowiednią dla siebie, a także dla swojego dziecka. Przy różnych okazjach informowano czytelników o obniżkach. Oferty były różnorodne pod względem cenowym. Poszczególnym tytułom towarzyszyły recenzje zamieszczane głównie w rubryce *Bibliografia*, a następnie *Co czytać?*

⁸⁹ „Gość Niedzielnny” 12 (1925), s. 8.

⁹⁰ „Gość Niedzielnny” 41 (1934), s. 570.

⁹¹ „Gość Niedzielnny” 27 (1925), s. 12.

Reklamy charakteryzowały się przejrzystością, czytelnością i atrakcyjną formą graficzną.

Redakcja starała się zachęcić odbiorców do czytania prasy poprzez zamieszczanie bogatej oferty wydawnictw periodycznych, począwszy od dzienników, a na rocznikach skończywszy. Polecano prasę o tematyce religijnej, w przeważającej mierze były to kalendarze. Pojawiło się również wiele tygodników i miesięczników wydawanych na terenie całego kraju.

Śledząc reklamy księgarskie, zauważa się, że niewiele firm zamieszczało informacje o swojej działalności. Przeważały reklamy księgarni mających swoją siedzibę w Katowicach lub okolicznych miastach. Świadczyć to może o niewielkiej zyskowności tego typu działań, jak również o trudnościach z popytem na rynku księgarskim.

Reklama zamieszczana na łamach „Gościa Niedzielnego” kształtowała upodobania czytelnice, zachęcała do tworzenia prywatnych księgozbiorów i uzupełniania zbiorów bibliotecznych.