

PROPAGANDA I REKLAMA KSIĄŻKI POLSKIEJ W KALENDARZACH WYDAWANYCH PRZEZ KAROLA MIARKĘ MŁODSZEGO

WPROWADZENIE

Wydawnictwo Dzieł Ludowych w Mikołowie, „Największy Polski Zakład Wydawniczy. Założony w roku 1869” — jak głosi reklama¹ — było niewątpliwie jednym z najbardziej znaczących polskich przedsięwzięć kulturalnych w zaborze pruskim. Założone przez Karola Miarkę starszego, pisarza i działacza narodowego, około 1880 roku przeszło na własność jego syna, również Karola; w roku 1911 z powodu trudności finansowych zostało sprzedane i przekształcone w spółkę o nazwie „Karol Miarka Spółka z ogr. por.”, z której były właściciel wycofał się w roku 1913². Wydaje się, że po tej dacie zupełnie zaprzestał współpracy z zakładem, choć zapoczątkowane przezeń przedsięwzięcia wydawnicze były kontynuowane. Karol Miarka młodszy zmarł w 1919 roku, jednak w prezentowanych rozważaniach jako datę końcową przyjmuje się rok 1913, w uzasadnionych przypadkach sporadycznie sięgając do faktów późniejszych.

Trzydziestoletnia z górą działalność wydawnicza Karola Miarki młodszego przypadła na okres intensywnej realizacji polityki germanizacyjnej państwa pruskiego, rezygnującego w tym czasie z metod przymusu i nacisku administracyjnego na rzecz masowej akcji kulturalno-oświatowej, zwłaszcza rozpowszechniania czytelnictwa po-

¹ „Święta Rodzina. Kalendarz dla Rodzin chrześcijańskich”. R. 20: 1918, dodatek reklamowy.

² I. Mierzwa: *Działalność wydawnicza Karola Miarki młodszego*. Opole 1976, s. 24—34.

przez rozbudowaną sieć bibliotek ludowych³. Konieczna więc była inicjatywa pozwalająca wygrać z konkurencyjnymi działaniami niemieckimi (a także z cenzurą, pod ładą pozorem szykanującą wydawcę) walkę o czytelnika śląskiego, pozyskać go dla polskiej książki, a w konsekwencji dla kultury i świadomości narodowej. Karol Miarka młodszy sprostą temu zadaniu, rozwijając w sposób przemyślany i konsekwentny różnorodne przedsięwzięcia wydawnicze. Przeważającą część oferty kierował do czytelnika ludowego, umiejętnie podsuwając mu literaturę religijną, moralizatorską i oświatową w formach prostych, dostosowanych do poziomu odbiorcy niewyrobionego, nie mającego nawyków czytelniczych, a przy tym taniej; potrafił pozyskać jego zaufanie i wywołać zapotrzebowanie na swoje wydawnictwa, o czym świadczy wielokrotne powtarzanie się w ciągu kilkunastu lat tych samych pozycji w katalogu wydawniczym, zapewne sukcesywnie dodrukowywanych.

I. CHARAKTERYSTYKA KALENDARZY WYDAWANYCH PRZEZ KAROLA MIARKĘ MŁODSZEGO

1

Jedną z bardziej udanych inicjatyw Karola Miarki młodszego było wydawanie w masowych nakładach pięciu kalendarzy, najprostszych i najpopularniejszych podówczas magazynów oświatowo-rozrywkowych o wyjątkowo szerokim zasięgu. Jak pisze Irena Mierzwa: „Ze względu na masowe nakłady, niską cenę i chętnie przyjęcie przez najszerze kręgi ludowe, był kalendarz uważany przydatny środek agitacyjny”⁴.

Cechą wspólną wszystkich kalendarzy Miarki, rzucającą się w oczy nawet przy pobieżnym przeglądaniu, jest ich charakter zdecydowanie katolicki. Już kalendarium zawiera informacje, czyjemu kultowi jest poświęcony dany miesiąc (na przykład w kalendarzach: *Święta Rodzina*”, *„Przyjaciół Rodzinny*”), liczne są ilustracje treści religijnej oraz

³Tamże, s. 19—24.

⁴Tamże, s. 127.

odpowiadające im teksty. Opowiadania o tendencji moralizatorskiej odwołują się do nakazów wiary, co nieraz sygnalizuje już tytuł (na przykład: *Piąte: „Nie zabijaj”*, czyli *żona rabczyka*, „Kalendarz Maryański” 1887⁵), propagują wzorce tradycyjne, powszechnie akceptowane: pobożność, uczciwość, pracowitość, harmonię rodzinną i sąsiedzką, wychowanie dzieci na dobrych Polaków. Takie ich oblicze zapewniało poparcie kleru katolickiego — (należy pamiętać, że szczególnie dla ludności wiejskiej ksiądz proboszcz był najważniejszym autorytetem) — i przychyłność nieufnych wobec wszelkich „nowinek” czytelników ludowych.

2

Najwcześniej, bo z datą 1885, zaczął wychodzić w nakładzie 10 tys. egz. „Kalendarz Maryański”, który z czasem zyskał największą popularność. Przeznaczony dla odbiorców z niższych warstw ludności wiejskiej i miejskiej, która częstokroć korzystała z jednej tylko książki — modlitewnika (Miarka stale wydawał modlitewniki w wielkim wyborze), miał wzbudzać zainteresowanie dla słowa drukowanego i wywołać nie istniejące wcześniej zapotrzebowanie na książkę. Z tego względu Miarka czynił starania, żeby do szerokich kręgów potencjalnych dopiero śląskich czytelników dotrzeć z wydawnictwem polskim, które byłoby w opinii odbiorców na tyle zajmujące i wartościowe, by skłaniać ich do poszukiwania i czytania dalszych pozycji. „Kalendarz Maryański” bardzo szybko pozyskał sobie liczną rzeszę czytelników, również na obszarze pozostałych dwu zaborów i wśród emigracji polskiej w Ameryce Północnej. Już artykuł wstępny czwartego rocznika na rok 1887 obwieszczał:

„Przeszłego roku takeście go [Kalendarz Maryański — J. O.] pokochali — rozebrali, że nam brakło Kalendarzy. Setki katolików go jeszcze żądali — niektórzy nawet i markę chcieli dać za Kalendarz Maryański — ale go już nie dostali. Wszystkie drukowane egzemplarze bowiem ludzie rozkupili — jako miód; — nawet dla księdza redaktora nie pozostał ani jeden egzemplarz.

⁵ Data roczna przy tytule kalendarza oznacza rok, na który dany kalendarz był przeznaczony, nie zaś rok druku.

Jest to dobry znak dla Kalendarza, boć złego towaru ludzie nie kupują. [...] Dlatego w tym roku w imię Pańskie i św. patronki Kalendarza naszego drukujemy kilka tysięcy więcej, aby on też więcej błogosławieństwa bożego rozsiał w domach waszych”⁶.

W dziesięć lat później wydawca ogłaszał: „Żadne wydawnictwo w języku polskim w tylu tysiącach egzemplarzy się nie rozchodzi, żadne też nie dotarło do tych zakątków, do których dotarł «Kalendarz Maryański». Do samej Ameryki Północnej wysyłam na rok 1898 35 000 egzemplarzy. We wszystkich częściach świata znalazł «Kalendarz Maryański» stałych zwolenników, stał się niejako doradcą i przyjacielem”⁷. Nakład „Kalendarza Maryańskiego” na rok 1912 wyniósł 230 tys. egz., w tym 50 tys. dla Ameryki Północnej⁸. Ten najstarszy z Miarkowskich kalendarzy „przeżył” swojego twórcę o wiele lat, ukazując się — mimo następujących kolejno zmian warunków zewnętrznych — do roku 1930.

W kilka lat po „Kalendarzu Maryańskim”, bo z datą 1895, ukazały się dwa następne: „Przyjaciel Rodzinny” i „Kalendarz Katolicki”. Oba, mniejsze objętością od swego poprzednika, reprezentują zbliżony poziom i układ. Jak wszystkie tego typu wydawnictwa zaczynają się od kalendarium uzupełnionego prognozą pogody i „przysłowiami gospodarzy” — to drobna wskazówka dotycząca adresata obu tytułów — w dalszej części zawierają artykuły pogłębiające wiedzę religijną (na przykład o Całunie Turyńskim — „Przyjaciel Rodzinny” 1903), fragmenty aktualnych listów pasterskich dotyczących życia społecznego⁹, dydaktyczne historie „z życia” wsi i miasta, nierzadko opatrzone dobitnie sformułowanym morałem, wyraźnie krótsze od zamieszczanych w „Kalendarzu” Maryańskim, a więc jak gdyby z góry przeznaczone dla mniej cierpliwego, czyli niezbyt wprawnego czytelnika. Część końcową stanowią ciekawostki polityczne, porady praktyczne, a także dział rozrywkowy. Należałoby tu odnotować, że

⁶ We wszystkich cytatach zachowano pisownię oryginalną.

⁷ I. Mierzwa: *Działalność wydawnicza...*, s. 49—50.

⁸ Tamże, s. 50.

⁹ „Skarb domowy. Rocznik dla rodzin polskich. Kalendarz na rok 1904” — zamieszcza fragmenty listów pasterskich: Abp. Józefa Bilczewskiego o *Socjalizmie* — kol. 63—76; Abp. Floriana Stablewskiego o *Karciarstwie* — kol. 115—120; Abp. J. Bilczewskiego o *Chrześcijańskich zasadach społecznych* — kol. 41—55 (II paginacja).

szczególnie materiał tego działu — opisy gier, sztuczek manualnych, dowcipy i rysunki satyryczne — był wykorzystywany wielokrotnie, podobnie jak ilustracje obsługujące nieraz różne teksty o zbliżonej fabule; istniała więc pewna rotacja w obrębie wszystkich pięciu tytułów. Zapewne zadziało tu zdroworozsądkowe rozumowanie wydawcy, że nabywcy wystarczy jeden tytuł kalendarza na dany rok, a w latach następnych nadal będzie się trzymał swojego wyboru.

Kolejnym kalendarzem wydawanym przez K. Miarkę młodszego była „Święta Rodzina. Kalendarz dla rodzin chrześcijańskich”. Pierwszy rocznik nosił datę 1898. Podtytuł dobrze oddaje charakter tego wydawnictwa. Kolejne roczniki zawierają liczne artykuły dotyczące zasad, którymi powinna się kierować katolicka rodzina, ze szczególnym naciskiem na ideały i metody wychowawcze, adresowane do rodziców. Często spotyka się materiały obrazujące historię i aktualne sprawy Kościoła (na przykład „Czterdziestolecie zabrania Państwa Kościelnego przez Zjednoczone Włochy — „Święta Rodzina” 1912), uzupełnione tekstami o charakterze literackim, np. zbeletryzowanymi biografiami postaci autentycznych (*Zawile Drogi*, „Święta Rodzina” 1912).

I wreszcie „Skarb Domowy. Rocznik dla rodzin polskich”, najmłodszy, bo ukazujący się trzydzieści lat po „Kalendarzu Maryańskim” z datą 1904, kalendarz K. Miarki młodszego. Obszerny, starannie wydany, jedyny spośród pięciu opatrzony kolorową okładką, wyraźnie przeznaczony dla publiczności bardziej wyrobionej i zamożniejszej w odróżnieniu od jego „starszych braci”, adresowanych najprawdopodobniej do środowiska mieszczańskiego. Na takiego adresata wskazuje treść większości zamieszczonego materiału literackiego; bohaterami są przeważnie rodziny kupców i rzemieślników, takie też zawody zdobywają młodzieńcy „wychodzący na ludzi”. „Skarb Domowy” zawiera wszystkie części składowe obecne w pozostałych kalendarzach, ale teksty są wyraźnie dłuższe, o bardziej skomplikowanej fabule, pisane trudniejszym językiem. Stosunkowo dużo miejsca zajmują materiały o charakterze informacyjnym i oświatowym — przeglądy wydarzeń politycznych, reportaże z podróży po odległych, egzotycznych dla czytelnika krajach, wiadomości historyczne i etnograficzne, choć obecne są również teksty dydaktyczne i dział rozrywkowy.

Wprowadzenie na rynek w kilkuletnich odstępach kolejnych tytułów kalendarzy o zróżnicowanym poziomie, objętości i cenach, z zachowaniem tradycyjnej formy i postulatu masowości, zwiększyło szansę dotarcia do większej liczby czytelników i utrafienia w gust różnych grup ludności, do której wybrany kalendarz przemawiał zrozumiałym językiem o bliskich im sprawach. Nie należy zapominać także o interesie wydawcy: oprócz dochodu, zapewne wcale pokąsnego przy tak masowych nakładach, rosła jego popularność wśród ludowej — i nie tylko — klienteli na Śląsku i poza nim oraz konkurencyjność wobec innych firm wydawniczych, szczególnie niemieckich, co było jego głównym celem.

Miarka potrafił wykorzystać szeroki zasięg swoich kalendarzy, w jeszcze jeden sposób: oto w każdym z nich wielokrotnie przypominał o istnieniu swego zakładu, reklamując jego produkcję — polskie książki. O sposobach tej reklamy, rodzaju oferty, jak też — na ile to będzie możliwe — efektach, będzie mowa w dalszym toku pracy.

II. Sposoby wykorzystania kalendarzy do propagandy książki polskiej

1

Identyczny schemat konstrukcyjny wszystkich pięciu kalendarzy upoważnia do łącznego ich traktowania jako materiału zawierającego różne formy propagandy książki polskiej. Inną, równie istotną przyczyną takiego zabiegu są braki w obrębie poszczególnych tytułów, co sprawia, że nieraz jeden kalendarz staje się reprezentantem wszystkich, które wyszły na dany rok; jednak suma dostępnego materiału tworzy całość tak bogatą i różnorodną, a jej elementy są tak typowe, że bez większego ryzyka można wyciągać wnioski prawdziwe również dla części nie objętej badaniami.

Temat niniejszej pracy wymaga skupienia się wyłącznie na tych fragmentach kalendarzy, które stanowią jakąkolwiek formę propagandy polskiej książki, przy czym konieczne jest ich uporządkowanie według jakiejś zasady. Jedną z takich zasad może być miejsce, w którym czytelnik napotyka tekst na interesujący nas temat. Zakładając, że kalendarz był czytany czy przeglądany systematycznie,

od początku do końca, na pierwszym miejscu należy umieścić kalendarium, bowiem już tutaj atakują wzrok czytelnika wyraźnie wyodrębnione graficznie anonsy, co miesiąc przypominające o istnieniu firmy Miarki i co miesiąc zalecające inne z jego wydawnictw (KM 1898, 1899, 1900)¹⁰. Każde z tych ogłoszeń zawiera oprócz tytułu książki, także wzmianki o ilustracjach — na przykład *Żywoty Świętych Pańskich z 270 ilustracjami i 8 kolorowymi obrazkami* (KM 1898), krótką charakterystykę, na przykład *Najobszerniejsza i najlepsza Książka do nabożeństwa* (KM 1899) bądź zalecenia adresowane bezpośrednio do nabywców, na przykład reklamę mniejszego wydania *O naśladowaniu Jezusa Chrystusa* Tomasza a Kempis opatrzone uwagą: „Komu [sic!] nie stać na wydanie większe, niech sobie kupi mniejsze i tańsze, byle w domu każdego ważne to dzieło się znajdowało” (KM 1898). Każdy z anonsów zawiera nazwę i adres firmy oraz zachętę: „Zobacz ogłoszenie w końcu kalendarza”.

Istotnie, prawie wszystkie badane roczniki poszczególnych tytułów mają na końcu dodatek reklamowy na kolorowych, a więc kontrastujących z częścią właściwą kartkach, którego obszerną część stanowią anonsy Miarki, a wśród nich katalog wydawniczy w stałym układzie:

Książki treści religijnej;

Nowa Biblioteka Pisarzy Polskich (od 1898 roku);

Książki do nabożeństwa z aprobatą kościelną;

Książki do nabożeństwa z grubym drukiem;

Książki i broszury treści religijnej, historycznej, naukowej i powiastki;

Książki i broszury do zabawy.

Katalog przedrukowywano bez zmian przez kilka kolejnych lat, zmienne natomiast były ogłoszenia propagujące najnowsze wydawnictwa. Często zajmujące całą stronicę, przyciągają wzrok dzięki ilustracji (zazwyczaj jest to podobizna okładki reklamowanego dzieła) oraz zastosowaniu różnych krojów, wielkości i grubości czcionki, a uwagę i zainteresowanie budzi streszczenie dzieła, wskazanie płyną-

¹⁰ Odtąd źródła cytatów oznaczane będą skrótami: KK — „Kalendarz Katolicki”, KM — „Kalendarz Maryjański”, PR — „Przyjaciół Rodzinny”, SD — „Skarb Domy”, ŚwR — „Święta Rodzina”.

cych z jego nabycia i czytania pożytków, jak też motywacje wydawcy. W ten sposób reklamowane są zazwyczaj książki treści religijnej, w tym także przekłady, ale również na przykład dzieła Mickiewicza. Wydaje się, że dosłowne przytoczenie kilku takich ogłoszeń będzie najlepszą ilustracją powyższej charakterystyki.

Oto jedno z nich:

„Nowość! Nowość!

Dzieło polecone przez Ojca świętego Piusa X.

Wspaniałe dzieło dla chrześcijan wszystkich stanów.

Prawidła życia chrześcijańskiego dla każdego wieku i stanu.

Napisał Ojciec O. Bitschnau, Benedyktyn. — Przetłumaczył na polskie Ks. J. Janiszewski.

Przeszło 500 stron druku formatu 23 × 29 cm.

Ozdobione 18 całostronnymi rycinami wielobarwnymi i mnóstwem ilustracji jednobarwnych.

Prawidła życia chrześcijańskiego wypełniają dający się rzeczyć dawno już odczuwać brak w religijnej literaturze naszej. Jest on zaś tem dotkliwszy, że właśnie nauki podobne jak zawarte w dziele niniejszem, należą nie tylko do tematów bardzo ważnych i niezbędnych w życiu codziennym chrześcijan-katolików, ale przytem cieszącach się także żywym zajęciem ludności, czego dowodzą każdorazowe misye, podczas których kaznodzieje udzielają takich samych nauk..

Niezwykle ważna treść dzieła, obejmująca całość życia chrześcijańskiego, dotyczy wszystkich: starych i młodych. Omawiając nie mniej, jak ośmnaście różnych stanów, podaje najpiękniejsze i najcenniejsze nauki, wykazując obowiązki i cnoty, godność, znaczenie i dolegliwości każdego stanu. A nauki te nabierają tem większego blasku, że w każdą z nich wpleciono barwnie skreślony obraz żywota Świętego odpowiadającego danemu stanowi, jako promieniający wzór do naśladowania. Treść ta, wsparta bardzo pięknymi i pouczającymi ilustracyami, podnosi dzieło niniejsze do stopnia pierwszorzędnej książki rodzinnej, źródła nauk i wskazówek tak dla rodziców, jak niemniej dla dorastających synów i córek.

Korzyści wynikające z posiadania książki takiej są nieobliczone. Bo im rychlej każdy członek danego stanu pozna obowiązki i znaczenie, oraz cel i wartość swego zawodu, tem chętniej i sumienniej spełnia swe obowiązki, stąd tem większa płynie korzyść dla poszczególnych jednostek, ich rodzin i ogółu społeczeństwa.

czeństwa. Broszurowany egzemplarz kosztuje 12,— mk. = 14,50 kor. Oprawny w oryginalną, bardzo piękną okładkę 15,—mk. = 18,—kor.”

(KK 1912)

Krótsze, lecz równie wymowne jest następujące ogłoszenie:

„Najnowsze wydanie *Żywotów Świętych Pańskich* opracowanych przez znanego chlubnie na polu kościelnego piśmiennictwa autora, ks. Stagraczyńskiego.

Każdy z was, mili Czytelnicy, nosi imię Świętego nadane przez Kościół święty na Chrzcie świętym. Każdy oddaje swemu Świętemu Patronowi winną mu cześć, jako temu któremu losy nasze na tej ziemi szczególnej polecone są opiece i którego naśladować mamy.

Stąd wynika, że znajomość *Żywotów Świętych Pańskich* ułatwia nam życie pobożne według zasad Kościoła św. i zdobycie Nieba.

Opis *Żywotów Świętych* to praktyczne wytłumaczenie Ewangelii świętej.

Czytaj przeto, miły Czytelniku, pilnie *Żywoty Świętych Pańskich*: ucz się, jak żyć, jak walczyć.

Wydanie niniejsze wyszło w 25 zeszytach po 30 fen. = 40 hal. Śliczne obrazki zdobią całe dzieło, przeszło 365 ciemnych, 9 wielkich kolorowych. Całe dzieło broszurowane kosztuje 7,50 mk. = 10,00 kor. W oprawie płóciennej 11,00 mk. = 14,00 kor.

W oprawie płóciennej ze złotym brzegiem 12,50 mk. = 15,70 kor.”

(PR 1903)

I wreszcie tekst najkrótszy, być może ze względu na cenzurę:

„Dla ludu i młodzieży! Z powodu setnej rocznicy urodzin Wieszcza naszego ś.p. Adama Mickiewicza ukażą się na początku roku 1898 w taniem wydaniu.

Dzieła Adama Mickiewicza

cztery tomy, z portetem Wieszcza.

Cena egzempl. broszur. 2 mk., w oprawie 3 mk.

Prosimy o wczesne nadsyłanie zamówień”

(KM 1898)

W porównaniu z poprzednimi ostatnie ogłoszenie odznacza się dużą elegancją: ramka otaczająca całość zawiera motyw wici roślinnej zamiast stosowanych zwykle kombinacji linii, w rogach umieszczono winietki, podobne winietki otaczają tytuł.

Należy stwierdzić, że środki graficzne wielokrotnie podnosiły atrakcyjność anonsów. Tak na przykład „Święta Rodzina” na rok 1912 zawiera siedem stron reklam książek, w większości religijnych, a na każdej stronie ramki otaczające poszczególne notki tworzą inny wzór geometryczny (na przykład s. 3 — krzyż). Piąta z siedmiu stron poświęcona jest Nowej Bibliotece Pisarzy Polskich; rycina przedstawia grzbiety wszystkich tomów tej serii — czytelna jest nazwa serii, numer tomu w jej obrębie, nazwisko autora i nazwa wydawnictwa na każdym grzbiecie; pod ryciną następują opisy poszczególnych tomów.

Powyższe uwagi odnoszą się do typowych ogłoszeń reklamowych, zawierających adnotowany — nieraz bardzo obszernie — opis książki oraz dane dotyczące warunków sprzedaży. Karol Miarka młodszy nie poprzestawał jednak na tej formie, służącej najbardziej interesom handlowym, stosując równolegle inne sposoby, o których będzie mowa.

2

Zapewne czytelnik sięgający do literacko-rozrywkowej części któregoś z Miarkowskich kalendarzy nie spodziewał się, że spotka się tam z zachętą do zapoznania się z innymi pozycjami na interesujące go tematy. A zainteresowanie potrafił wydawca pobudzić bardzo umiejętnie. Oto na przykład pomiędzy dwoma utworami prozatorskimi pojawia się wiersz *Na chwałę Maryi* ozdobiony ryciną, pod którą podpis głosi: „Obrazek z dzieła: <Żywot Najśw. Panny Maryi i św. Józefa>”. (Wychodzi od stycz. 1888 r. począwszy w miesięcznych zeszytach po 50 fen. w księgarni Karola Miarki w Mikołowie) — (KM 1889). W analogiczny sposób — z zastosowaniem innej ryciny i innego wiersza — to samo dzieło jest zalecane w roczniku następnym, 1890, z adnotacją: „wyszło nakładem Karola Miarki w Mikołowie (Nicolai O.—S.) w 20 zeszytach po 50 fen.”, a w dodatku reklamowym tegoż kalendarza pojawia się jeszcze jedna, całostronicowa reklama *Żywota...* z obszernym omówieniem treści, podająca warunki sprzedaży dostosowane do możliwości finansowych nabywcy (pojedyncze zeszyty opłacone gotówką lub w znaczkach pocztowych bądź egzemplarze w mniej lub bardziej luksusowej oprawie).

Podobnie „zmasowany atak” skierował Miarka na potencjalnych nabywców *O naśladowaniu Chrystusa* Tomasza á Kempis w KM 1898. Poza omówionym wcześniej anonsem w kalendarium rocznik zawiera w części literackiej reprodukcję strony zalecanej książki (z ilustracją i fragmentem tekstu), a dodatek reklamowy oferuje aż trzy wersje dzieła: „Wydanie wielkie ilustrowane”, „Wydanie mniejsze” i „Wydanie kieszonkowe” — o znacznie zróżnicowanych cenach, co wyraźnie świadczy, jak bardzo wydawcy zależało na pozyskaniu jak najszerszego kręgu odbiorców.

Dobrym sposobem zwrócenia uwagi na dzieło wydaje się zamieszczenie jego fragmentu lub skrótu z odesłaniem czytelnika do całości. Artykuł *Ważne odkrycie* — dotyczący Całunu Turyńskiego, zamieszczony w PR 1903, kończy się zdaniem: „Dokładny opis całunu świętego wydanie nakładem Karola Miarki w Mikołowie (Nicolai) w listopadzie 1902 roku”. Należy zauważyć, że w momencie czytania tej informacji przez posiadacza kalendarza, to jest w roku 1903, polecane dzieło dopiero co wyszło z druku i jako nowość czekało na nabywców. Podobnie sprawa przedstawia się w przypadku apokryficznego opowiadania z życia Dzieciątka Jezus Krzyże. Po tekście właściwym następuje zdanie: „Przy tej sposobności nadmieniamy, iż nakładem Wydawnictwa Karola Miarki w Mikołowie (Nicolai O.—S.) wydanie jeszcze w przeciągu tego roku ilustrowane dziełko *O naśladowaniu Dzieciątka Jezus*, z którego niniejsza legenda wyjęta została” (SD 1907, kol. 105—106).

Dla podniesienia atrakcyjności kalendarzy stosowano dodatki — prezenty dla nabywców w postaci kalendarza ściennego, kolorowych obrazków, śpiewników, ulotek z tekstem na aktualny, będący przedmiotem powszechnego zainteresowania temat. Jednym z takich dodatków do rocznika 1912 był artykuł *Czterdziestolecie zabrania Państwa Kościelnego przez Zjednoczone Włochy*, interesujący ze względu na następujący passus: „W taki sposób Napoleon III wywdzięczył się swemu byłemu opiekunowi, który go wybawił od śmierci i więzienia (bliższych szczegółów w tej mierze dowie się Czytelnik z powieści *Zawile Drogi*, zamieszczonej w Kalendarzu „Święta Rodzina” na rok 1912 nakładu Karola Miarki sp. z ogr. p.” W ŚwR 1912 ulotkę z tekstem *Czterdziestolecie...* umieszczono w bloku książki jako tablicę

nie wliczoną w ogólną paginację, ale sformułowanie odsyłające do tego właśnie kalendarza świadczy, że dodatek obsługiwał także inne tytuły.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na fakt wykorzystania przez wydawcę jednego tytułu kalendarza do reklamy innych i to na różne sposoby. Jeden z nich — odesłanie do tekstu w kalendarzu innym niż właśnie czytany przez użytkownika — został omówiony wyżej; do grupy tej wypada zaliczyć sposób publikowania listów pasterskich arcybiskupów polskich prezentujących stanowisko Kościoła w sprawach społecznych: list dzielono na fragmenty stanowiące pewną całość, zamieszczając każdy w innym kalendarzu. „Skarb Domowy” na rok 1904 zawiera fragmenty trzech różnych listów¹¹, z których każdy opatrzone uwagą odsyłającą do dalszego ciągu, na przykład: „Część 2-ga listu pasterskiego ks. Arcybiskupa Bilczewskiego znajduje się w kalendarzu «Święta Rodzina»” (SD 1904 kol. 76). Brak dostępu do ŚwR 1904 nie pozwala na sprawdzenie domysłu, ale z dużą dozą prawdopodobieństwa można założyć, że zamieszczony w nim tekst uzupełniono uwagą odsyłającą do pierwszej części listu w „Skarbie Domowym”.

Inną formą są ogłoszenia reklamujące, jak na przykład te w KK 1905:

„Skarb domowy. Kalendarz dla wszystkich. Najobszerniejszy z wszystkich kalendarzy polskich. Zaleca się wszystkim stanom tak swą doborową treścią, jak też licznymi dodatkami wartościowymi, już to kolorowymi, już to czarnymi. Cena egzemplarza kartonowanego Mk. 1. Z przesyłką pocztową 1,20”.

(KK 1905)

„Kalendarz Maryański”. Najwięcej rozpowszechniony kalendarz ludowy. Rozchodzi się rocznie w 200 tysiącach egzemplarzy, a liczba czytelników wciąż się zwiększa i niewątpliwie zwiększać się będzie. Co rok dodajemy do Kalendarza Maryańskiego liczne dodatki, już to kolorowe, już to czarne, stanowiące dla Czytelników naszych miłą niespodziankę. Cena egzemplarza z wszystkimi dodatkami 60 fen., z przesyłką 70 fen.”

(KK 1905)

¹¹ Por. przyp. 9.

„Święta Rodzina. Kalendarz dla rodzin chrześcijańskich. Poświęcony jest sprawom rodzin chrześcijańskich i wychowaniu dzieci. Zaleca się doborową treścią, pięknymi ilustracjami i dodatkiem kolorowym. Cena 50 fen., z przesyłką 60 fen.”

(KK 1905)

Jako swoistą ciekawostkę wypada odnotować zabieg reklamujący „Kalendarz Maryański” w ... „Kalendarzu Maryańskim”. Oto opowiadanie treści dydaktycznej *Przyjdź Królestwo Twoje* zawiera takie życzenie wydawcy: „Dla tego życzyłbym sobie, żeby w każdym domu chrześcijańskim rodzice pilnie czytali tę oto historię: *Przyjdź Królestwo Twoje*. Dobrze zrobi każdy, kto innego namówi, ażeby i on ją sobie przeczytał albo co jeszcze lepsze, kupił cały Kalendarz Maryański z ową historią za marnych 60 feników” (KM 1886 kol. 68).

I wreszcie — nieco osobliwy przypis do tekstu. Obszerne opowiadanie *Święty Piotr Klawer, kapłan zakonu Jezuitów, przyjaciel i obrońca uciśnionych robotników*, stanowiące zbeletryzowaną biografię świętego, zawiera akapit: „Osobliwszym zbiegiem okoliczności ukazała się w tym samym czasie znana książka pod tytułem «Chata wuja Toma». W tej książce opisane są okropne sceny z ucisku niewolników murzyńskich w Ameryce. Był to okrzyk zgrozy, jaki autorka tej książki wydała i odpowiedziano jej okrzykiem zgrozy w Ameryce i Europie. [...] Wylewano ciche łzy nad książką «Chata wuja Toma»”. Tytuł książki opatrzono gwiazdką, odsyłającą do przypisu pod tekstem takiej treści: „Zajmującą tę książeczkę można nabyć u K. Miarki w Mikołowie (Nicolai O.—S.)—(KM 1890 kol. 80—81).

Pomysł ten został powtórzony przez następców Miarki w roku 1918, kiedy to „Kalendarz Maryański” i „Święta Rodzina” opublikowały równocześnie artykuł *Niewolnictwo i handel ludźmi w Afryce*, gdzie wzmiankę:

„A gdy nadejdzie czas — pisze pięknie Harriet Stove w swem popularnem dziele «Chata wuja Tomasza»” znów uzupełnia przypis: „Do nabycia jest piękna ta książka w Wydawnictwie Dzieł Ludowych K. Miarka Spółka w Mikołowie (Nicolai O.—S.). Cena 5,— M. w pięknej oprawie”

(ŚwR 1918, s. 35)

Wydawnictwa propagowane omówionymi sposobami w przeważającej części mają charakter religijny, częstokroć będąc przekładami z języków obcych. Czynnikiem, który sprawił, że przytacza się je w pracy dotyczącej książki polskiej jest język, w którym docierały do czytelnika. Treść modlitw, pobożnych rozmyślań, prawideł moralnych czy żywotów świętych jest w wysokim stopniu niezależna od języka, w jakim ją wyrażono. Karol Miarka młodszy uważał za swoje zadanie zaszczepienie jak największej grupie śląskich czytelników ludowych nawyku obcowania z polskim słowem drukowanym oraz przekonanie, że język polski nie jest gorszy od innych, prymitywny i niedoskonały, jak głosili szerzyciele kultury niemieckiej, ale że nadaje się do pisania na każdy temat, służąc do wyrażania sądów i uczuć. Aby ten cel osiągnąć, musiał wziąć pod uwagę poziom intelektualny oraz zainteresowania potencjalnych czytelników, dostosowując do nich swoją ofertę, by od początku nie zniechęcić nikogo zbyt trudnym językiem, traktowaniem o sprawach obcych czytelnikowi bądź sprzecznych z jego doświadczeniem i światopoglądem. Uwzględniwszy wszystkie te okoliczności, trudno nie przyznać racji wydawcy, który na „przetarcie szlaków” wybrał — jak to podaje w katalogu — „książki treści religijnej”. Jednak śledząc chociażby katalogi wydawnicze Miarki czy — może lepiej — wykaz bibliograficzny jego wydawnictw¹², łatwo można spostrzec książki polskich autorów, a wśród nich wyjątkowo cenną w owym czasie serię Nowa Biblioteka Pisarzy Polskich, w której wyszły dzieła: Adama Mickiewicza, Juliusza Słowackiego, Zygmunta Krasińskiego, Władysława Syrokomli i Wincentego Pola, Bibliotekę Ludową Karola Miarki — tu utwory między innymi Adolfa Dygasieńskiego i Karola Szaniawskiego, a także liczne opowiadania, utwory sceniczne i powieści historyczne — między innymi Henryka Sienkiewicza, Henryka Rzewuskiego, Karola Miarki starszego oraz śpiewniki zawierające polskie pieśni ludowe, patriotyczne, powstańcze itp.

Stan ten znajduje odbicie we wszystkich pięciu kalendarzach. Nowa Biblioteka Pisarzy Polskich ma swoje stałe miejsc w katalogu drukowanym w dodatkach reklamowych, stanowiąc jego odrębny

¹² I. Mierzwa: *Działalność wydawnicza...*, s. 147—192.

dział, poza tym stosowano wszystkie omówione już sposoby anonsovania książek. Szczególnie skwapliwie wykorzystywano okazje rocznicowe, z setną rocznicą urodzin Mickiewicza na czele, szeroko i przystępnie informując o twórczości danego pisarza oraz charakterze, treści i wartości jego dzieł. Oczywiście, równocześnie wydawano same dzieła, aby czytelnik kalendarza mógł do nich dotrzeć bez żadnych trudności. „Wiedziony trafną intuicją rozpoczął K. Miarka od poezji Mickiewicza, wybierając bardzo dogodny moment. Setna rocznica urodzin Mickiewicza (1898) spowodowała popyt na dzieła poety, które były przez redakcję polskich czasopism na Śląsku sprowadzane i kolportowane wśród czytelników, przy czym zapotrzebowanie było bardzo duże. Wydań Mickiewicza w tych latach było wiele, a jednak możliwość nabycia dzieł na miejscu znakomicie ułatwiał kolportaż, zwłaszcza że Miarka sprzedawał je «na odpłaty»”¹³.

Skupienie uwagi na jednej postaci z pewnością sprzyjało utrwaleniu jej wizerunku w świadomości czytelników, którym nie jeden raz przypominano jej nazwisko i utwory. Obszerny artykuł rocznicowy *Adam Mickiewicz 1798–1898* zawiera życiorys poety przeplatany fragmentami *Pana Tadeusza*, *Dziadów*, *Ody do młodości*, *Konrada Wallenroda*; ponadto wymienia i zaleca *Grażynę*, *Ballady i romanse*, *Sonety Krymskie*, *Farysa*, najobszerniej zaś — *Pana Tadeusza* oczekującego w księgarni Miarki na nabywców, o czym świadczy zakończenie artykułu: „Słusznie, aby lud, który wieszcz kochał całą duszą, odwzajemnił się miłością i spełnił życzenia jego, zapoznał się z jego utworami, a mianowicie z «Panem Tadeuszem», który dzisiaj już za 20 fenigów (10 centów) nabyć można; aby w każdym domu polskim dzieło to się znajdowało” (KM 1898).

Następny rocznik tego samego kalendarza już w kalendarium informuje:

„Poezye Adama Mickiewicza wydane w setną rocznicę urodzin Wieszcza. 1798—1898. 4 tomy z portretem autora. Format 11/16 cm. Wydanie tanie, najtańsze ze wszystkich wydań poezji Mickiewicza. Papier dobry, druk wyraźny, Polecam je wszystkim stowarzyszeniom, bibliotekom szkolnym i ludowym, członkom i szkołkom parafialnym, jako podarki na premie, na Boże Narodzenie, imieniny itd.”

(KM 1899)

¹³ Tamże, s. 86.

W kolejnym roczniku, nie zaprzestając przypominania czytelnikom o dziełach Mickiewicza, zamieścił Miarka artykuł *Piećdziesiąt lat upływa od śmierci dwóch wielkich mężów w roku 1899* [dot. Słowackiego i Chopina — J.O.], gdzie po przytoczeniu faktów z życia i twórczości Słowackiego następuje uwaga: „Wszystkim czytelnikom Kalendarza naszego, chcącym zapoznać się z dziełami wielkiego poety, polecamy «Poezye» jego, które wyszły naszym nakładem. Cena 3 mk” (KM 1900). Postać Słowackiego przybliżył Miarka czytelnikom jeszcze raz, z okazji setnej rocznicy urodzin poety. Zamieszczony w „Kalendarzu Katolickim” na rok 1910 artykuł *Życie i dzieła Juliusza Słowackiego* wymienia liczne utwory, a jego uzupełnieniem jest rycina przedstawiająca pomnik poety z datami 1809—1909 oraz napisem „Juliusz Słowacki”, pod którym lud składa wieńce i girlandy; u góry i po bokach tytuły dzieł: *Król Duch, Genesis, Balladyna, Listy do Matki, Kordyan, Mazepa, Beniowski, Lilla Weneda*; rolę podpisu pod ilustracją pełni cytat:

„Żyłem z wami, cierpiałem i płakałem z wami,
Nigdy mi, kto szlachetny, nie był obojętny”.

Zrozumiałym dopełnieniem jest katalog wydawniczy, notujący ukazanie się poezji Słowackiego w serii Nowa Biblioteka Pisarzy Polskich.

Niekompletność materiału badawczego nie pozwala na stwierdzenie, czy i ile razy Karol Miarka młodszy popularyzował jeszcze sylwetki wieszczów narodowych i innych pisarzy, których dzieła wydawał, możliwe jednak, że to czynił, skoro w roczniku 1904 „Skarbu Domo-
wego” znajdujemy artykuł *Hrabia i klucznik Gerwazy. Z uwag nad Panem Tadeuszem* pisany przez Hugona Zatheę, ilustrowany rysunkiem Kossaka przedstawiającym te postaci (kol. 111—114), a nieco dalej fragment księgi I poematu zatytułowany: *Gospodarstwo. Z poematu «Pan Tadeusz» Adama Mickiewicza*, również z rysunkiem Kossaka (kol. 135—138), każdy zaś z wymienionych tekstów uzupełnia uwaga:

„Nadmieniamy, że nakładem naszym wyszło kompletne wydanie poezji Adama Mickiewicza. Egzemplarz, broszur. 2,00 mk. = 2,40 kor., ozdobnie oprawiony w 2 tomach 3,00 mk. = 3,60 kor.”
(SD 1904 kol. 112, 136)

Następcy Miarki kontynuowali popularyzowanie literatury polskiej; kalendarze na rok 1918 — dostępne badaniu były KM i ŚWR zamieszczają artykuł *Henryk Sienkiewicz*, będący hołdem dla zmarłego pisarza, między innymi przez wskazanie szerokiej poczytności jego dzieł:

„Żaden z pisarzy polskich nie doczekał się tak powszechnego uznania za życia, jak Sienkiewicz, wielki twórca trylogii narodowej: «Ogniem i Mieczem», «Potop», «Pan Wołodyjowski». [...]»

To, czego tak bardzo pragnął dla siebie Mickiewicz, w całej pełni ziściło się dla Sienkiewicza. Księgi Jego były i są pod strzechami i w pałacach, na poddaszach i w suterenach, w głębiach kopalń, po hutach i na Tatr szczytach — księgi Jego rozchodzą się poprzez lądy i morza — od nizin Nilu do zimnej śnieżnej Północy; wszędzie, gdzie mowa polska rozbrzmiewa, znane jest zarówno nazwisko Sienkiewicza, jak i Jego dzieła”.

(ŚWR 1918, s. 42).

4

Stosując omówione formy popularyzacji książki polskiej wśród czytelników kalendarzy, odwołując się do ciekawości, rozsądku, uczuć pobożnych i patriotycznych, nie zapominał Miarka i o względach praktycznych. W celu pozyskania czytelnika ludowego musiał podjąć działania maksymalnie ułatwiające dostęp do książki ludziom, którzy z całą pewnością nie mieli nawyku odwiedzania księgarni z własnej inicjatywy. „Kolportaż poprzez agentów, obsługujących miejscowości, w których mieszkali, był pierwszą i bardzo wczesnie rozwiniętą formą docierania do czytelnika. Już w roku 1886 tworzyli agenci na Górnym Śląsku gęstą sieć obejmującą prawie wszystkie miejscowości okręgu przemysłowego, docierając na zachód aż do Opola, a poza granice dzielnicy — do Żnina i Poznania. W sumie działali w 69 miejscowościach.

W latach dziewięćdziesiątych zaczęła się wielka ekspansja wydawnictwa, które rozwinęło się na tyle, że Miarka rozpoczął nawiązywać bliższą współpracę z księgarzami innych zaborów, z którymi wspólnie wydawał niektóre dzieła lub powierzał im przedstawicielstwo swej firmy¹⁴. W dodatkach reklamowych dość często spotkać można

¹⁴ Tamże, s. 46—47.

ogłoszenia w rodzaju: „Poszukujemy pocziwych ludzi, którzyby się rozszerzaniem powyższych dzieł zająć chcieli za dobrém wynagrodzeniem. [...] W okolicach, w których jeszcze agentur nie ma, chętnie takowe zakładamy. Zgłosić się należy wprost do Wydawnictwa dzieł ludowych: Karol Miarka w Mikołowie (Nicolai O.—S.) — (KM 1890).

W tym miejscu wypada zaznaczyć, że Miarka nie poprzestawał na reklamowaniu wyłącznie własnych wydawnictw, udostępniając karty dodatków reklamowych innym wydawcom i księgarzom polskim. Można tu znaleźć wiele tytułów czasopism wydawanych na ziemiach polskich i obczyźnie, jak na przykład: „Wiarus Polski”, „Tygodnik Maryański” i „Ojczyzna” wychodzące z Bochum, „Narodowiec”, który — jak oznajmia ogłoszenie — „wychodzi w Herne na obczyźnie, a szczerze i wytrwale broni spraw ludu polskiego” (ŚwR 1912), toruńskie: „Przyjaciół”, „Gazeta Toruńska”, wrocławskie „Wiadomości misyjne” czy bytomską „Gazetę Górnośląską”. Ograniczenia narzucone przez temat niniejszej pracy każą jednak poprzestać na zasygnalizowaniu tego faktu.

Innym udogodnieniem była możliwość nabywania obszerniejszych dzieł w pojedynczych, tanich zeszytach lub „na odpłatę”, przy czym zdarzało się, że wydawca ogłaszał: „Zeszyt pierwszy wysyłam na żądanie darmo i franko”¹⁵. Nabywcy zamożniejsi mogli wybrać tańszy lub droższy egzemplarz oprawny, w cenie zależnej od rodzaju oprawy. Na podkreślenie zasługuje fakt, że Nowa Biblioteka Pisarzy Polskich była najtańszym wydaniem dzieł trzech wieszczów polskich w skali kraju¹⁶. Taniość *Poezji Adama Mickiewicza* eksponuje wydawca w cytowanym już ogłoszeniu z kalendarium KM 1899.

Wnioski końcowe

Pytanie o skuteczność działalności propagandowej Miarki musi pozostać, jak się wydaje, bez wyczerpującej odpowiedzi. Samo ustale-

¹⁵ Dotyczy dzieła: Hattler F.: *Dom Serca Jezusowego. Czytania nabożne dla wszystkich stanów*. Mikołów—Warszawa 1905; ogłoszenie w dodatku reklamowym KK 1905.

¹⁶ Podaję za: I. Mierzwa: *Działalność wydawnicza...*, s. 84, przyp. 99.

nie wysokości nakładów poszczególnych wydawnictw w wielu przypadkach nie jest możliwe. Bliższe dane dotyczące niektórych tytułów udało się uzyskać autorce pracy o działalności wydawniczej Karola Miarki młodszego¹⁷, ale nawet przy założeniu, że przeważnie masowe nakłady udało się rozprzedać w całości, nie da się ustalić, czy i jak często motywacja do kupna zrodziła się w wyniku popularyzacji książek poprzez reklamy zamieszczane w kalendarzach. Można jedynie, opierając się na danych pośrednich, wyciągnąć wniosek, że rozszerzająca się sieć kolporterów, o czym była mowa wyżej, nie mogłaby prosperować, poprzestając na rozpowszechnianiu wyłącznie kalendarzy, chociaż jako wydawnictwa najbardziej masowe musiały one stanowić podstawową część ich oferty. Działając głównie w małych miejscowościach, agenci księgarscy byli z pewnością jedynym źródłem książki polskiej dla miejscowej ludności. Z wielkim prawdopodobieństwem można zatem założyć, że oni właśnie odegrali niebagatelną rolę w popularyzacji posiadanych wydawnictw Miarki, zapewne z dużą skutecznością jako ludzie osobiście znani okolicznym mieszkańcom. Świadczy to o zdolnościach organizatorskich i umiejętności przewidywania ich pracodawcy.

Prowadzona nieprzerwanie przez ponad trzydzieści lat działalność wydawnicza Karola Miarki młodszego przyniosła — mimo stałych prześladowań ze strony władz pruskich, konfiskat i zakazów rozpowszechniania wielu pozycji — imponujące rezultaty. Łączny nakład wydawnictw wszelkiego rodzaju można oszacować na kilka milionów egzemplarzy; przeważającą część stanowiły modlitewniki i kalendarze, będące wbrew pozorom ważnym środkiem utrzymania polskości w warstwach ludowych. Teksty w nich zawarte były najbardziej rozpowszechnionym wzorcem polszczyzny literackiej wśród ludności używającej na co dzień gwary, a w życiu oficjalnym zmuszonej do posługiwania się językiem niemieckim; wzorcem którego przyswojenie umożliwiało czytanie dzieł literackich na różnym poziomie, aż do twórczości wielkich romantyków. Skala dokonań Karola Miarki młodszego jako wydawcy sprawia, że nie sposób przecenić zasług tej wybitnej postaci polskiego Śląska.

¹⁷ Tamże, s. 49—51.

Bibliografia podmiotowa

- „Kalendarz Katolicki” 1905 Mikołów—Warszawa, druk 1904, ss. 80, il.
1911 Mikołów—Warszawa, druk 1910, ss. 96, il.
1912 Mikołów—Warszawa, druk 1911, ss. 96, il.
1913 Mikołów, druk 1912, ss. 96, il.

- „Kalendarz Maryański” 1886 Mikołów, druk 1885, kol. 188.
1887 Mikołów, druk 1886, kol. 148.
1889 Mikołów, druk 1888, kol. 130.
1890 Mikołów, druk 1889, kol. 180.
1892 Mikołów, druk 1891, kol. 88.
1898 Mikołów, druk 1897, kol. 192.
1899 Mikołów, druk 1898, kol. 192.
1900 Mikołów, druk 1899, kol. 190.
1918 Mikołów, druk 1917, kol. 192.

- „Przyjaciel Rodzinny. Kalendarz ludowy” R. 1896 Mikołów, druk 1895, ss. 24, 13; 98.
R. 1903 Mikołów, druk 1902, ss. 25, 54, 20.

- „Skarb Domowy”. Rocznik dla rodzin polskich” 1904 Mikołów, druk 1903 ss. 140, il.
1907 Mikołów, druk 1906 ss. 148, il.

- „Święta Rodzina. Kalendarz dla rodzin chrześcijańskich” 1904 Mikołów, druk 1903 ss. 160
1909 Mikołów, druk 1908 ss. 160
1912 Mikołów, druk 1911 ss. 159
1918 Mikołów, druk 1917 ss. 160

Bibliografia przedmiotowa

- Mierzwa I.: *Działalność wydawnicza Karola Miarki młodszego*. Opole 1976.
Pilak A.: *Prasowe ogłoszenia księgarskie jako źródło do dziejów książki*. (Na podstawie ogłoszeń prasowych z pierwszej połowy XIX wieku) „Studia o Książce” T. 6: 1976.
Rudnicka J.: *Dawne katalogi księgarskie jako źródło dziejów książki*. Rocznik Biblioteki Narodowej” R. 7:1971, s. 377—393.