

„*Ilustrowany Kurier Codzienny*”. *Księga pamiątkowa w stulecie powstania dziennika i wydawnictwa 1910–1939*, pod red. Grażyny Wrony, Piotra Borowca i Krzysztofa Woźniakowskiego. Wydawnictwo Naukowe Śląsk, Kraków–Katowice 2010, 546 s.

Nie jestem entuzjastą jubileuszy. Z doświadczenia wiem jednak, że czasami jedyną okazją, aby kogoś lub coś zauważyć, przypomnieć znaczenie i oddać hołd należyty, jest okrągła rocznica. Nie inaczej rzecz się miała ze stuleciem „*Ilustrowanego Kuriera Codziennego*”. Był to dziennik krakowski, dlatego tylko tam, a nie gdzie indziej, wypadało zorganizować konferencję, której plonem stała się, licząca blisko 550 stronic, *Księga pamiątkowa*. Choć zwykle wartość takich publikacji jest dyskusyjna, tym razem jednak grono redakcyjne włożyło wiele wysiłku, by zaprzeczyć tej tezie.

Dobór autorów, a nade wszystko jasno sprecyzowana zawartość *Księgi* przesądziły, że w tym konkretnych przypadku nie mamy do czynienia z kolejnym zapisem różnej wartości referatów wygłoszonych podczas konferencji, ale swoistym kalejdoskopem obrazującym jedno z ciekawszych zjawisk medialnych Polski międzywojennej. Prezentowana *Księga* stanowi wartościowe uzupełnienie dotychczasowych badań nad dziejami prasy polskiej, a zarazem w przystępny sposób prezentuje najważniejsze aspekty funkcjonowania międzywojennego koncernu i dziennika, któremu – używając współczesnych określeń – można nadać miano „*tabloidu w wersji soft*”.

Z oczywistych względów w epoce budowania podwalin, a następnie utrwalania „*prasy nowego typu*”, a zatem w początkach Polski Ludowej, o IKC można było pisać źle lub wcale. Sytuacja ta zaczęła zmieniać się dopiero w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku. Z jednej strony zezwolono na ogłoszenie pamiątników ludzi koncernu, z drugiej zaś dziennik i firma Mariana Dąbrowskiego stała się przedmiotem naukowych analiz. Nie działo się to jednak wprost, ale niejako przy okazji analizy *Systemu prasy kontrolowanej z lat 1918–1939* lub działalności koncernów prasowych (Eugeniusz Rudziński) oraz prozy artystycznej w prasie codziennej (Oskar Czarnik). Nawet pierwsza, posiadająca walor syntetyczny, rozprawa odnosząca się bezpośrednio do IKC mieściła się w większej całości traktującej o sensacyjnych dziennikach Drugiej Rzeczypospolitej (Wiesław Władyka). Zwłaszcza ta ostatnia książka nie straciła swej aktualności, a wypracowany w 1982 roku

model analizy prasy sensacyjnej Wiesław Władyka z dużymi sukcesami wykorzystuje także dzisiaj w swych tekstach traktujących o „Fakcie” i „Super Expressie”, a publikowanych na łamach „Polityki”.

Młodszy badacz IKC związany są z Krakowem. Właśnie tam Adam Bańdo i Piotr Borowiec opublikowali w latach 2005–2006 trzy książki, które bezpośrednio określiły pole obranej analizy, a czytane łącznie stanowią obszerną i wyczerpującą monografię dziennika Mariana Dąbrowskiego. Oni także byli siłą sprawczą konferencji i zasilili omawianą publikację kilkoma artykułami.

Ikacowska księga pamiątkowa składa się z pięciu części. W pierwszej z nich odnajdziemy artykuły prezentujące wydawnictwo Mariana Dąbrowskiego. Część druga dotyczy wydawanych przez nie czasopism, trzecia – ludzi IKC, czwarta prezentuje szeroko pojmowane tradycje gazety, piąta zaś zawiera bibliografię selektywną oraz indeksy nazwisk i czasopism.

Taki układ materiału, a zarazem skonkretyzowana tematyka poszczególnych referatów pozwoliła spojrzeć na analizowane zjawisko z nowej perspektywy. Choć mowa o prasowym zabytku, to jednak bliższa analiza poczynił Mariana Dąbrowskiego wskazuje, że zapewne znakomicie dałby sobie radę na współczesnym rynku prasowym. Przypomnijmy zatem, że nawet skromne początki IKC z 1910 roku były spektakularne. Marian Dąbrowski, wzorując się na pomysłach zachodnioeuropejskich i amerykańskich, zaproponował krakowskiej publiczności dziennik popularny, a zarazem (co było już typowo polską specyfiką) nieco agresywny wobec zaborczych władz austriackich. Fundusze na wydawnictwo zdobywał, gdzie tylko mógł, organizując chociażby pokaz aeroplanu, czy też wchodząc z biznesowe związki z kapitałem żydowskim, co wzbudziło irytację jego dawnych współpracowników z „Głosu Narodu”. Już w Polsce międzywojennej jego polityczny konformizm był przysłowiowy, tak jak zamiłowanie do blichtru i przepychu. Można uznać go zatem nie tylko za zdolnego dziennikarza i wydawcę, ale jednego z pierwszych polskich celebrytów.

Umiejętność zdobywania medialnego poklasku wiązał z ciężką pracą, którą przekładał na trafione inicjatywy wydawnicze i otwartość na wszelkie nowe technologie upowszechniania informacji. Efektem tych starań był nie tylko IKC, ale rodzina czasopism, które – znowu odwołując się do współczesnej terminologii – określić można mianem prasy kolorowej, wysokonakładowej, czy też prasy czasu wolnego. Były wśród nich takie prasowe „perełki”, jak „Tajny Detektyw”, nb. niedostrzeżony w omawianej Księdze, „Na szerokim świecie”, Ilustrowany Tygodnik Sportowy „Raz, Dwa, Trzy...” oraz różnego rodzaju dodatki i czasopisma przeznaczone dla kobiet.

Zawartość tych czasopism została w Księdze dość dokładnie omówiona. Zwrócono w niej też uwagę na klasyczne elementy treści prasy polskiej, takie jak chociażby problematyka religijna podejmowana na łamach IKC, kwestie kultury prezentowane na łamach „Światowida”, poezja na łamach „Na szerokim świecie” czy tematyka morska poruszana w tym samym tygodniku.

Ważnym elementem publikacji są teksty dotyczące ludzi koncernu i osób, które blisko z nim współpracowały. Szkice biograficzne dotyczą Mariana Dąbrowskiego, Jana Stankiewicza, Tadeusza Olszewskiego, Stanisława Petersa, Włodzimierza

Długoszewskiego i Tadeusza Boya-Żeleńskiego. W części prezentującej „życie po życiu” IKC znajdziemy ponadto informacje o wojennych i powojennych losach Zygmunta Nowakowskiego i Zbigniewa Grotowskiego.

Omawiana publikacja ma też niemałą wartość dokumentacyjną. Umieszczono w niej np. kalendarium IKC, ale nade wszystko niemal w całości zreprodukowaną broszurę propagandową zatytułowaną *Pałac prasy w Krakowie. Jak pracują „Ilustrowany Kurjer Codzienny”, „Światowid” i „Na szerokim świecie”*. Oprócz reklamowego tekstu, który swoją drogą może być przedmiotem wielu ciekawych analiz dotyczących języka reklamy i public relations, we wspomnianej broszurze umieszczono kilkadziesiąt fotografii obrazujących codzienność koncernu. Dzięki nim możemy zajrzeć do gabinetu naczelnego redaktora, obejrzyć jak wyglądała redakcja (nb. gdyby nie brak nowoczesnego sprzętu elektronicznego, niewiele różniła się od współczesnego news roomu,) oraz – przemieszczając się poprzez zecernię, chemię i salę maszyny rotacyjnej – przyjrzyć się procesowi produkcji gazety.

W sumie więc otrzymaliśmy rzecz pełną ciekawostek, istotnych uzupełnień, sygnalizującą potencjalne nowe tematy badawcze. Choć prezentowana publikacja zapewne zasili jedynie wyspecjalizowane biblioteki i trafi tylko do znawców tematu, to przyznać należy, że jest starannie opracowanym dziełem, które przypomina, że już wiek temu zarówno zjawisko umasowienia kultury, jak i tabloidyżacji prasy znalazło na ziemiach polskich swe ciekawe odzwierciedlenie.

*Tomasz Mielczarek*