

Fotograficzna modernizacja prasy II Rzeczypospolitej

Stanisław CZEKAŁSKI

Instytut Historii Sztuki, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

<https://orcid.org/0000-0001-6312-8210>

ABSTRAKT Postępujący od początku lat 20. XX w. rozwój fotografii reporterskiej, działalności agencji fotograficznych i systemu międzynarodowej wymiany zdjęć, a także technicznych możliwości ich reprodukcji w druku, przyniósł zasadnicze przekształcenie prasy ilustrowanej. Artykuł poświęcony tym zmianom w pierwszej części skupia uwagę na zainteresowaniu, jakie wzbudzały one po stronie artystów związanych z nurtem modernistycznej awangardy, oraz na wzorcach nowoczesnych form wykorzystania fotografii w popularnej prasie, których dostarczał najpierw niemiecki tygodnik „Berliner Illustrierte Zeitung”, a następnie francuski tygodnik „Vu”. Na tym tle w drugiej części artykułu scharakteryzowany został proces fotograficznej modernizacji głównych polskich tygodników, miesięczników i dzienników. Część trzecia przedstawia punkt kulminacyjny, który proces ów znalazł w montażowych formach operowania materiałem fotograficznym na łamach tygodników koncernu Ilustrowanego Kuriera Codziennego.

SŁOWA-KLUCZE fotografia prasowa, prasa ilustrowana, modernizm, kultura popularna, dwudziestolecie międzywojenne

ABSTRACT *Photographic Modernisation of the Press in the Second Republic of Poland.* The development of reportage photography, the activity of photographic agencies and the system of international exchange of photographs, which had been progressing since the early 1920s, as well as the growing technological potential for reproducing photographs in print, brought about a fundamental transformation of the illustrated press. The article discusses these changes, its first part focusing on the interest that their direction aroused among artists associated with the Modernist avant-garde, and on the models for modern methods of using photographs in the popular press championed first by the German weekly “Berliner Illustrierte Zeitung” and then by the French weekly “Vu”. Against this background, the second part of the article describes the process of photographic modernisation of the main Polish weeklies, monthlies and dailies. The third part presents the culmination that this process found in the montage forms of handling photographic material on the pages of the weeklies of the Ilustrowany Kurier Codzienny press concern.

KEYWORDS press photography, illustrated press, Modernism, popular culture, inter-war period

KULTURĘ okresu dwudziestolecia międzywojennego w szczególności sposób określił dyskurs budowany wokół haseł nowoczesności i unowocześnienia – idei, które utożsamiano z rozwojem racjonalnych metod poznawczych, produkcyjnych i organizacyjnych, z przyspieszeniem postępu w dziedzinie techniki, z umasowieniem seryjnej, zestandaryzowanej produkcji i aktualnej, rzeczowej informacji, a wreszcie z kształtowaniem się nowego typu egalitarnego, masowego społeczeństwa. Dyskurs ten, rozpięty między biegunami utopijnych i katastroficznych wyobrażeń o kierunku, w którym zmierzać mogą rozpędzone procesy modernizacyjne obejmujące i zmieniające całokształt życia społecznego, był spoiwem modernizmu jako szerokiej formacji kulturowej tamtych czasów. Kluczową rolę w rozpowszechnieniu nowych idei, związanego z nimi obrazu świata, a zarazem zespołu mitów nowoczesności odegrała popularna prasa, która sama także szczyliła się swoją nowoczesną formą. Głównym zaś czynnikiem modernizacji prasowego przekazu stała się szeroko wprowadzana na łamy tygodników i przeobrażająca je fotografia¹. Zmiany te w ogromnej mierze ukształtowały nowoczesną kulturę wizualną, przy czym istotną rolę odegrało zaangażowanie wielu twórców związanych z artystyczną awangardą. Również w Polsce fotografia prasowa, traktowana jako materiał konstrukcji nowego języka popularnych czasopism mającego formować świadomość dziesiątek tysięcy odbiorców, stanowiła ważny przedmiot dyskursu o rewolucyjnych postępach nowoczesności i lokowała się w samym rdzeniu modernizmu lat międzywojennych. Temat ten, rozległy

i złożony, nie doczekał się jednak opracowania adekwatnego do swej wagi. Niniejszy artykuł jest próbą ujęcia go przynajmniej w ogólnym zarysie.

FOTOGRAFIA PRASOWA W NURCIE EUROPEJSKIEGO MODERNIZMU

Lata 20. XX w. przyniosły w całej Europie gruntowną zmianę formy czasopism ilustrowanych jako głównego wówczas środka masowej komunikacji. Był to efekt rozwoju techniki fotograficznej i poligraficznej umożliwiającego reprodukcję fotografii w wysokonakładowej prasie na nieosiągalną wcześniej skalę. Poręczne aparaty, także małoobrazkowe, pozwoliły fotoreporterom swobodnie i szybko, całymi seriami, wykonywać zdjęcia w najróżniejszych sytuacjach i z najróżniejszych perspektyw. Liczne agencje informacyjne i fotograficzne w ramach międzynarodowej współpracy prowadziły intensywną wymianę zdjęć ze wszystkich stron świata i regularnie zaopatrywały wydawców w standardowe pakiety fotografii przygotowanych do reprodukcji w czasopismach. W rezultacie szata graficzna popularnych magazynów została zdominowana przez zdjęcia, którym teksty ustępowały miejsca i często przyjmowały w stosunku do nich służebną rolę komentarza. Seryjnie dostarczaną redakcjom dokumentację fotograficzną najnowszych wydarzeń krajowych i zagranicznych wykorzystywano jako materiał do komponowania efektownych wizualnie fotoreportaży i fotoesejów – nowatorskich gatunków wypowiedzi, w których pierwszorzędne znaczenie zyskiwał dobór i układ zdjęć, a które płynnie przechodziły w formę fotomontażową².

1. Zarysowaną tu skrótowo koncepcję międzywojennego modernizmu wyłożyłem w książce *Awangarda i mit racjonalizacji. Fotomontaż polski okresu międzywojennego* (Poznań: Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, 2000, s. 15–23, 171–175), nawiązując do rozważań Maud Lavin zawartych w książce *Cut with the Kitchen Knife. The Weimar Photomontages of Hannah Höch* (New Haven–London: Yale University Press, 1993) oraz w studium „Photomontage, Mass Culture, and Modernity. Utopianism in the Circle of New Advertising Designers”, w: *Montage and Modern Life, 1919–1942*, red. Matthew Teitelbaum (Cambridge–London: MIT Press, 1992), s. 36–59. Wykładnię terminu „modernizm” w bezpośrednim związku z fotografią prasową przedstawiłem na konferencji naukowej „Nowy Początek. Modernizm w II RP”, zorganizowanej przez Muzeum Narodowe w Krakowie i Instytut Historii Sztuki UJ w styczniu 2023 r., w referacie *Fotografia prasowa a ramowanie modernizmu*. Modernistyczny charakter treści i formy magazynów ilustrowanych zestawami fotografii mocno akcentował również Matthew S. Witkovsky w katalogu wystawy *Foto. Modernity in Central Europe, 1918–1945* (New York–London: Thames and Hudson, 2007).

2. Syntetyczne ujęcie zagadnień rozwoju fotografii prasowej w pierwszym trzydziestolecu XX w. na tle procesu modernizacji techniki fotograficznej i poligraficznej oraz przemian kulturowych przyniosły podstawowe opracowania: Beaumont Newhall, *The History of Photography* (New York: The Museum of Modern Art, 2009), s. 217–233, 249–260; Mary W. Marien, *Photography. A Cultural History* (London: Laurence King Publishing, 2010), s. 163–169, 235–238; Michel Frizot, *The New History of Photography* (Köln: Könemann, 1999), s. 358–369; Naomi

Zdjęcia napływające z różnych agencji, po opatrzeniu ich zwięzłymi podpisami, wypełniały całostronicowe i dwustronicowe rubryki przeznaczone na przegląd aktualności. Wydawcy promowali swoje tytuły, prześcigając się w deklaracjach, jak bardzo są nowoczesne, przy czym za miarę tej nowoczesności uznawali nadążanie za powszechnym postępowaniem i przyspieszonym rytmem zmian we wszystkich dziedzinach życia oraz rejestrowanie na bieżąco pełnego spektrum wydarzeń z całego świata, głównym zaś narzędziem osiągania tych celów miała być maksymalnie szeroka i wszechstronna, najbardziej aktualna, bezpośrednia i rzeczowa informacja fotograficzna.

Niemiecki historyk sztuki Wolfgang Born, uczeń Heinricha Wölfflina, pod koniec lat 20. dostrzegł w nowoczesnej fotografii kulminacyjny moment „historii widzenia” i technikę obrazową, która najlepiej wyraża ducha tamtych czasów³. Rozwinął ideę „fotograficznego światopoglądu”, twierdząc, że fotografia realizuje misję „odkrywania rzeczywistości”⁴. Jak pisał, „[n]ieprzypadkowo sam proces wykonywania zdjęcia wiąże się z użyciem technologii. Natura tego medium jest dostosowana do struktury współczesnego światopoglądu; jego obiektywny sposób rejestracji faktów odpowiada myśleniu generacji inżynierów. Dziś aparat może bez przeszkód rozwijać swoją najwspanialszą

zaletę – prawdomówność”⁵. W fotograficznym realizmie skrajnie precyzyjnego obrazu „wyraża się racjonalny *Zeitgeist*” i aktualna, inżynierska „wola twórcza” (*Kunstwollen*). Fotografia eksponująca nieprzetworzoną rzeczywistość jest przeniknięta „duchem Nowego Obiektywizmu”. Jeżeli zaś miała ona być instrumentem ukazywania świata w jego obiektywnej prawdzie i zarazem przekazywaniem jednolitego, „fotograficznego” światopoglądu epoki nowoczesnej, to mogła swoją funkcję spełniać najlepiej i w najszerszym zakresie wówczas, gdy trafiała na łamy magazynów ilustrowanych, prezentując się w formie fotoreportażu i całych zespołów aktualnych zdjęć⁶. Alfred Kemény stwierdził, że fotografia odgrywa zasadniczą rolę w rozwoju międzynarodowej komunikacji przez „podbój czasu i przestrzeni”. Pisał: „Dzięki fotografii możemy doświadczać, w ich realności, aspekty pięciu kontynentów ziemi równocześnie. Dwa sąsiadujące zdjęcia – powiedzmy, ze Stanów Zjednoczonych i z Somalilandu – natychmiast skracają dystans między Ameryką i Afryką do najkrótszego odstępu”⁷.

Redakcje kreowały mit ilustrowanej prasy jako na wskroś nowoczesnego medium, w którym za sprawą tysięcy fotograficznych ekspozycji spełnia się ideał panoptycznej widzialności najdalszych lub najtrudniej dostępnych zakątków globu, tak że nic nie pozostaje poza zasięgiem tej aparatury obiektywnego, poznawczego

Rosenblum, *Historia fotografii światowej*, tłum. Iwona Baturó (Bielsko Biala: Wydawnictwo Baturó, 2005), s. 462–475; Lech Lechowicz, *Historia fotografii. Część 1* (Łódź: Wydawnictwo Biblioteki Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej, 2012), s. 234–265. Szersze, monograficzne opracowanie tematu zob. Thierry Gervais, *The Making of Visual News. A History of Photography in the Press* (London–New York: Routledge, 2017). Pojęcia fotoreportażu i fotoeseju odnoszą się do takich form przekazu prasowego, w których narrację dyskursywną zastępowano odpowiednim doбором i kombinacją zdjęć, a tekst redukowano do roli krótkiego komentarza. Fotoreportaż wyróżniało przy tym zestawianie szeregu fotografii dokumentujących przebieg jakichś aktualnych i bezpośrednio zaobserwowanych wydarzeń czy sytuacji w kolejnych fazach lub z różnych stron, podczas gdy forma fotoeseju była daleko bardziej elastyczna, zdjęcia dobierano i zestawiano swobodnie według rozmaitych pomysłów i kluczy tematycznych. Bardzo nieostrą i nazbyt pojemną definicję fotoreportażu przedstawił Marcin Krzanicki, *Fotografia i propaganda. Polski fotoreportaż prasowy w dwudziestolecie międzywojennym* (Kraków: Universitas, 2013), s. 8. Trafną charakterystykę fotoeseju sformułował Witkovsky, *Foto. Modernity in Central Europe*, s. 100.

3. Christopher Phillips, komentarz do artykułu W. Borna „Photographische Weltanschauung”, w: *Photography in the Modern Era. European Documents and Critical Writings, 1913–1940*, red. Christopher Phillips (New York: The Metropolitan Museum of Art, Aperture, 1989), s. 155.

4. Wolfgang Born, „Photographic Weltanschauung”, tłum. James Agee, w: *Photography in the Modern Era*, s. 156. Tekst oryginalny: „Photographische Weltanschauung”, *Photographische Rundschau und Mitteilungen. Zeitschrift für Freunde der Photographie* 66 (1929), s. 141–142.

5. Ibid.

6. Ibid., s. 156–159.

7. Durus (Alfred Kemény), „Photomontage, Photogram”, tłum. James Agee, w: *Photography in the Modern Era*, s. 183. Tekst oryginalny: „Fotomontage, Fotogramm”, *Der Arbeiter-Fotograf*, nr 7 (1931), s. 166–168.

wglądu. Mit ów dobitnie wybrzmiewał już w samych tytułach popularnych magazynów, czego najlepszym przykładem jest polski „Światowid”. Nota redakcyjna w pierwszym numerze pisma tak rozwija sens jego tytułu: „«Światowid» będzie aktualną, żywą, ilustrowaną kroniką tygodniową i zamieszczać będzie w każdym numerze kilkadziesiąt (40–50) zdjęć fotograficznych, poświęconych wszechstronnemu obrazowaniu chwili bieżącej, [...] ilustrować będzie wszystkie wybitne wydarzenia w Polsce i na szerokim świecie, zarówno z życia politycznego, narodowego, kulturalnego i towarzyskiego, jak i ze świata techniki, odkryć i wynalazków, objaśniając je zwięzłym, popularnie ujętym tekstem”⁸. Nocie tej towarzyszył apel redakcji „do Panów Fotografów w Polsce i zagranicą, by zechcieli nadsyłać jej odbitki [...] aktualnych wydarzeń z wszystkich dziedzin życia współczesnego, wraz z krótkim tekstem objaśniającym”⁹.

Wypełnione dziesiątkami najrozmaitszych zdjęć i wychodzące w wielkich nakładach czasopisma roztaczały iluzję, że nic przed nimi nie zdoła się ukryć, że cokolwiek bardziej lub mniej ważnego wydarza się w jakimkolwiek miejscu na ziemi, natychmiast za ich sprawą zostaje przekazane do wiadomości publicznej, zaprezentowane w sposób fotograficznie rzeczowy i obiektywny, a przez to wystawione na demokratyczny osąd całego społeczeństwa – bo ono właśnie, ponad wszelkimi podziałami, było ich adresatem i wyobrażonym odbiorcą. Dyskurs o fotografii prasowej, budujący mit jej rzeczowości i prawdomówności w panoptycznym ujęciu świata, stawiał ją na antypodach ideologicznych zafałszowań czy politycznej indoktrynacji – choć trudno nie zauważyć, że często rozwijany był w celu zamaskowania propagandowego charakteru fotograficznych przekazów. Tak czy owak, dominującą rolę zdjęć w popularnych tygodnikach uznawano za kluczowy czynnik egalitarnej standaryzacji wiedzy o współczesnym świecie w masowym społeczeństwie i kształtowania jednolitej opinii publicznej. Matthew S. Witkovsky trafnie zwracał uwagę na ważną „funkcję pedagogiczną”, którą propagatorzy masowej reprodukcji fotografii

przypisywali jej jako instrumentowi wnikliwego oglądu postępów modernizmu: przez „unifikujące obrazy” w ilustrowanych magazynach miała ona „konsolidować nową świadomość”¹⁰.

Obfite wykorzystanie fotografii na łamach wielkonośnych czasopism „o wszystkim dla wszystkich” nie opierało się jednak tylko na utopijnej wierze w korzyści płynące ze społecznego oddziaływania tego narzędzia informacji wizualnej, któremu przypisywano niezrównaną komunikatywność uniwersalnego i najbardziej wiarygodnego języka. Nie mniej istotną przesłankę stanowiły względy komercyjne. Dla koncernów wydających popularną prasę liczyła się oczywista atrakcyjność widowiskowej formy takich czasopism, którą można było uzyskać, zamieszczając liczne, ciekawe i efektownie zestawione zdjęcia, a która upodabniała magazyny ilustrowane do kroniki filmowej (często wskazywano na tę analogię *expressis verbis*, o czym będzie jeszcze mowa). Podniesienie atrakcyjności szaty graficznej dzięki fotografii służyło przyciągnięciu masowego odbiorcy, a docelowo wzrostowi finansowych wyników sprzedaży. Jest więc zrozumiałe, że informacyjna funkcja czasopisma prezentującego bogaty i urozmaicony zestaw zdjęć łączyła się z funkcją rozrywkową. Przekaz kierowany do ogółu, a złożony z tekstów i fotograficznych obrazów, musiał być nieskomplikowany, optymalnie komunikatywny i łatwo przyswajalny również dla odbiorców nieprzywykłych do czytania, nie szukających w prasie złożonych i finezyjnych intelektualnie rozważań, lecz skrótowo i ciekawie podanych sensacyjnych wiadomości z rozmaitych dziedzin, które dostarczałyby zarówno atrakcyjnych wrażeń z tego, co się dzieje na świecie, jak też rozrywki i relaksu w czasie przeznaczonym na wypoczynek¹¹. Odejście od publicystyki interpretującej fakty na rzecz ich maksymalnie prostej i bezpośredniej prezentacji w fotografiach i objaśniających je podpisach przyjmowano za drogę przeniesienia komunikowanych treści na poziom bezdyskusyjnej oczywistości, rzeczowej prawdy, co wydawało się zarówno racjonalne, jak i opłacalne: trzymając się tego poziomu przekazu, łatwiej było pozyskiwać szerokie rzesze

8. „«Światowid»” [nota redakcyjna], *Światowid*, nr 1 (1924), s. 16. Podkreślenia oryginalne.

9. „Do P. P. Fotografów!”, *Światowid*, nr 1 (1924), s. 15.

10. Witkovsky, *Foto. Modernity in Central Europe*, s. 13.

11. Zob. Antonina Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona* (Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1964), s. 185–187, 314–315; Wiesław Władyka, *Krew na pierwszej stronie. Sensacyjne dzienniki Drugiej Rzeczypospolitej* (Warszawa: Czytelnik, 1982), s. 119–120; Andrzej Notkowski, *Prasa w systemie propagandy rządowej w Polsce (1926–1939). Studium techniki władzy* (Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1987), s. 154–156.

mniej wyrobionych odbiorców, a jednocześnie unikać zbędnych kontrowersji w sferze ideologii, które dzieląc opinię publiczną, mogłyby zrażać czytelników o odmiennych poglądach. Niemniej jednak takie czy inne inklinacje polityczne czasopism, mimo ich upodabniania się do siebie przez nowoczesną formę i zbliżoną paletę fotografii, pozostawały dość łatwo uchwytnie. Typowa formuła ilustrowanego magazynu, nasycona zdjęciami przejmującymi informacyjne funkcje tekstu, odpowiadała zatem na własnych warunkach modernistycznym ideom poszerzenia i umasowienia społecznej komunikacji, funkcjonalnego uproszczenia, usprawnienia, przyspieszenia i zobiektywizowania przekazu – ideom, które skłaniały do współpracy z nowoczesnie redagowaną prasą popularną również artystów awangardy, upatrujących na tym polu możliwości wprowadzania w życie funkcjonalistycznych i komunikacyjnych utopii.

Taką drogę w 2. połowie lat 20. obrali między innymi twórcy związani z Bauhausem – László Moholy-Nagy i Herbert Bayer. Ten pierwszy w słynnej książce *Malerei, Fotografie, Film* z 1925 r. ogłosił koncepcję fototekstu jako metody zastąpienia słowa pisanego bardziej wydajną i skuteczną informacyjnie, jednoznaczną i przekonującą konkretem obrazu fotografią – „precyzyjną formą przedstawiania tak obiektywnego, że niedopuszczającego żadnej indywidualnej interpretacji”¹². Podobne stanowisko prezentował César Domela. Tłumaczył, że przekaz fotograficzny wypiera w prasie ilustrowanej tekst, ponieważ jest bardziej efektywny: znosząc bariery językowe, zyskuje rolę „międzynarodowego środka komunikacji”, wszędzie można go zrozumieć łatwiej, bezpośrednio i w krótkim czasie, „a człowiek nowoczesny chce przyswoić treść gazety

tak szybko, jak to możliwe”¹³. W Polsce problematyką ilustracji fotograficznej i fotomontażowej interesował się Władysław Strzemiński, uwzględniając ją w swojej teorii drukarstwa funkcjonalnego, opartej na zasadzie „ekonomii czytelności”. Podkreślał, że „jedynie klisza siatkowa z fotografii może być należycie skontrastowana z drukiem” i tym samym pozwala spełnić w strukturze przekazu drukowanego funkcjonalne, dynamizujące i usprawniające lekturę zasady „systemu kontrastów, jaki stanowi wspólne podłoże większości kierunków plastyki nowoczesnej”¹⁴. Odpowiednio zorganizowany rytm wyrazistych zestawień tekstu z fotografią miał – według Strzemińskiego – służyć ekonomicznej kondensacji i konkretyzacji treści, a w rezultacie jej uprzystępnieniu, zgodnie z generalnym nurtem „wizualizmu” nowoczesności jako „epoki konkretów i produkcji w przeciwieństwie do werbalistycznej kontemplacji retorycznego romantyzmu”¹⁵. W świetle tych kryteriów artysta docenił szczególnie możliwości utylitarnego wykorzystania techniki fotomontażowej, na które wcześniej wskazywał Mieczysław Szczuka: „Żadna ilustracja – pisał – nie mówi tyle i nie daje tak skondensowanej treści, co fotomontaż”¹⁶. W kręgu oddziaływania koncepcji Strzemińskiego pozostawał też jego kolega z grupy „Praesens” Kazimierz Podsadecki – główny twórca fotomontaży dla popularnych tygodników koncernu Ilustrowanego Kuriera Codziennego¹⁷.

Upowszechnienie fotografii w popularnej prasie Dwudziestolecia ówczesni polscy komentatorzy tłumaczyli na łamach specjalistycznych periodyków wskazanymi wyżej, lecz także innymi, bardziej prozaicznymi względami, związanymi tyleż z ekonomią recepcji, co i ekonomią produkcji gazet. Dzięki fotograficznym

12. László Moholy-Nagy, *Malerei, Fotografie, Film* (München: Albert Langen Verlag, 1925), s. 38.

13. Cesar Domela, „Photomontage”, tłum. Michael Amy, w: *Photography in the Modern Era*, s. 306. Tekst oryginalny: „Fotomontage”, *De Reclame*, nr 5 (1931), s. 211–215.

14. Władysław Strzemiński, „Druk funkcjonalny”, *Grafika*, nr 2 (1933), s. 37–45; cyt. za: id., *Pisma*, oprac. Zofia Baranowicz (Wrocław–Warszawa–Kraków: Polska Akademia Nauk, Zakład im. Ossolińskich, 1975), s. 166, 167.

15. Władysław Strzemiński, recenzja z książki Jana Tschicholda i Franza Roha *Foto-Auge* (Stuttgart: Akademischer Verlag Dr. Fritz Wedekind & Co., 1929), *Europa*, nr 7 (1930), s. 223–224; cyt. za: id., *Pisma*, s. 128. Znacząca jest także inna wypowiedź Strzemińskiego na temat funkcjonalizmu nowoczesnego drukarstwa i związanych z tym możliwości wykorzystania fotografii, ujęta w formie recenzji z książki Jana Tschicholda *Eine Stunde Druckgestaltung* (Stuttgart: Akademischer Verlag Dr. Fritz Wedekind & Co., 1930) i zamieszczona również na łamach „Europy” (1930, nr 13, s. 414; przedruk w: id., *Pisma*, s. 137–138). Szersze omówienie tego tematu zob. Czekalski, *Awangarda i mit racjonalizacji*, s. 180–183.

16. Władysław Strzemiński, „Fotomontaż wynalazkiem polskim”, *Europa*, nr 1 (1929), s. 31; cyt. za: id., *Pisma*, s. 123.

17. Zob. Czekalski, *Awangarda i mit racjonalizacji*, s. 181–184.

ilustracjom „zewnątrzna szata gazety [...] doskonale ułatwia szybkie orientowanie się w najnowszych zdarzeniach chwili” – pisał anonimowy autor na łamach „Przeglądu Graficznego, Wydawniczego i Papierniczego” w roku 1930¹⁸. Na rzecz umieszczania fotografii w gazetach „przemawia jeszcze zmniejszenie kosztów wydawniczych, bo za miejsce zajęte przez klisze odpada koszt układu tekstu i honoraria redakcyjne” – zauważył z drugiej strony Roman Mathia w jesiennym numerze „Grafiki” z tego samego roku¹⁹. Z kolei Jerzy Gutsche podkreślał inny walor zdjęć prasowych: „[...] reprodukcja fotograficzna daje większą gwarancję, że wiadomości podawane przez reportera są prawdziwe. Wiadomość jakaś o wstrząsającym zdarzeniu, o katastrofie lub też o fakcie międzynarodowego znaczenia staje się bardziej realną, jeśli tekst zilustrowano dobrą reprodukcją”²⁰. Tadeusz Werner akcentował w fotografii prasowej rolę bodźca pobudzającego zainteresowanie czytelników, który zarazem „niejednokrotnie ułatwia zrozumienie wiadomości”²¹. Stefan Krzywoszewski, założyciel i wieloletni redaktor tygodnika „Świat”, zwracał uwagę, że proces wypierania tekstu przez fotografie jest ściśle związany ze zmianą tradycyjnego modelu prasy opiniotwórczej, szerzej interpretującej i problematyzującej rzeczywistość, na nowoczesny model prasy operującej tylko skrótowymi, suchymi, pośpieszonymi i ścisłymi informacjami, a przy tym bogatym i aktualnym materiałem ilustracyjnym, który zdobywa przewagę nad treściami werbalizowanymi. Autor podkreślił atrakcyjność tej formuły masowego czasopisma przede wszystkim dla ludzi niewyrobionych i prostych: „Żaden opis, choćby był skreślony piórem genialnym, nie wywoła w prymitywnych mózgach tych olśnień, jakie nieci obrazek, posiadający cechy autentyczności. Autorytet zdjęcia fotograficznego jest nieodparty. [...] Stąd też dla prasy i odpowiedzialność. Ilustracja może w równym stopniu oddziaływać na proste umysły dodatnio jak ujemnie”²². W tonie jednoznacznie pozytywnym wyrażał

się o fotografii dziennikarskiej stały współpracownik „Świata”, Marian Fuks. Jej rozwój rozumiał jako proces, w którym zdjęcia aktualnych wydarzeń zastępują przekaz werbalny ze względu na ich obiektywnie większy potencjał informacyjny, wymagający tylko umiejętnego wykorzystania. Rzecz w tym – tłumaczył twórca Agencji Prasowo-Fotograficznej „Propaganda” – aby znajdować kadry odpowiednio treściwe – aby fotografia aktualności, wzorem sztuki niemego kina, „sama za siebie mówiła i wymagała jak najmniej podpisów objaśniających. Ta sama zresztą zasada obowiązuje w kinematografie. Im mniej podpisów, tym obraz jest silniejszy i efektowniejszy”²³. Dobra fotografia z krótkim komentarzem „potęguje po stokroć to wrażenie, jakie na czytelnikach wywiera słowo drukowane”²⁴.

Znawcy przedmiotu rozpatrywali zdjęcia prasowe przede wszystkim jako komponenty całej struktury czasopisma ilustrowanego, którą stanowił zespół fotografii i tekstów, a za podstawową formę ich zespolenia w nowoczesny środek przekazu uważali fotoreportaż. Zdaniem jego teoretyków właśnie w tej formie miała się najlepiej spełniać nowa profesja fotograficznego dziennikarstwa, wykorzystująca możliwości techniczne małoobrazkowych aparatów jako narzędzi dokumentowania wydarzeń w seriach zdjęć wykonywanych z różnych punktów obserwacji. Oba te czynniki zdecydowały o szczególnie ważnym miejscu, jakie fotoreportaż zyskał nie tylko w praktyce fotograficznej i w przekazie prasowym, lecz także w refleksji nad nowoczesną fotografią. Antoni Wieczorek utożsamiał go „z cyklem zdjęć, zawierającym najbardziej charakterystyczne momenty danego zjawiska”²⁵. W ramach takiego cyklu poszczególne obrazy powinny mieć swoją dynamikę, „kipieć życiem i ruchem”, jednakże ostateczny efekt zależał od sposobu ich zestawienia: jest ono dobre, jeżeli uwydatnia różnorodność zdjęć i wydobywa kontrasty między nimi, ale jednocześnie podkreśla ich spójność tematyczną. Umiejętnie zestawione fotoreportaże, mogą – zdaniem

18. „O ilustrowaniu gazet”, *Przegląd Graficzny, Wydawniczy i Papierniczy*, nr 39 (1930), s. 410.

19. Roman Mathia, „Druk ilustracji jedno- i wielobarwnych w gazetach”, *Grafika*, nr 1 (1930), s. 22.

20. Jerzy Gutsche, „Ilustracja w prasie codziennej”, *Prasa*, nr 2 (1930), s. 11.

21. Tadeusz Werner, „Fotografia na usługach prasy”, *Prasa*, nr 8–9 (1938), s. 5.

22. Stefan Krzywoszewski, „Rola ilustracji w prasie”, *Prasa*, nr 8–9 (1938), s. 2.

23. Marian Fuks, *Zaranie fotografii dziennikarskiej w Polsce* (Warszawa: Wydawnictwo Jan Cotty, 1925), s. 6.

24. Ibid., s. 9–10.

25. Antoni Wieczorek, „Nowoczesny reportaż”, w: *Leica w Polsce*, red. Tadeusz Cyprian, Jerzy Stalony-Dobrzański, Antoni Wieczorek (Warszawa–Poznań: Polskie Towarzystwo Fotograficzne w Warszawie, 1936), s. 58.

Wieczorka – nadać zdjęciom walor samodzielnej wymowy i komunikatywności, pozwalający umniejszać rolę tekstu lub wręcz obywać się bez jego udziału, zgodnie z tym, co wcześniej wyobrażał sobie Fuks: „Idealem byłoby takie zestawienie zdjęć, i tak wyczerpujące i zrozumiałe omówienie zjawiska przy pomocy ilustracji, aby słowo objaśniające stało się zbędne. Dobra ilustracja powinna przemawiać sama za siebie”²⁶. Na drodze do tego celu Wieczorek przyznawał istotną rolę technice fotomontażowej, zauważając, że zdjęcia reporterskie z reguły służą za materiał do konstrukcji fotomontaży na stronach czasopism²⁷. Fotomontaż był metodą budowy wymownych zestawień obrazów – technika ta pozwalała korygować materiał fotograficzny przez odcięcie zbędnych części poszczególnych kadrów, wyróżniać najlepsze ich fragmenty, akcentować dynamikę i kontrastowość ujęć, kondensować i wzmacniać przekaz fotoreportażu.

Charakteryzując tendencje rozwoju fotografii prasowej, polscy autorzy wskazywali przede wszystkim na zachodnie wzorce i odnotowywali w rodzimej prasie ich refleksy, przyjmując taką drogę modernizacji czasopiśmiennictwa w Polsce za oczywistą, właściwą i konieczną²⁸. U progu lat 20. nowoczesną formułę prasy ilustrowanej, recypowaną w innych krajach europejskich, a nieco później również w Stanach Zjednoczonych, kształtowały głównie potężne wydawnictwa niemieckie, na czele z Ullstein Verlag, największym wówczas wydawcą prasy na świecie. Należący do niego tygodnik „Berliner Illustrierte Zeitung”, drukowany w około dwumilionowym nakładzie, rozpowszechnił naśladowane przez liczne czasopisma europejskie formy fotoreportażu i fotoeseju, oddał pierwszorzędną rolę blokom zdjęć i poprzez ich zestawienia nawiązywał

do efektów filmowych²⁹. Na jego łamach publikowano prace fotograficzne takich autorów, jak Martin Munkácsi, Erich Salomon, André Kertész, Willi Ruge czy Germaine Krull. Wśród najważniejszych niemieckich magazynów tego typu znalazły się „Münchner Illustrierte Presse” (założony w 1923 r.) i „Arbeiter-Illustrierte-Zeitung” (istniejący od 1921 r.)³⁰. Chociaż, zważywszy na różnice kapitału i zasobów technicznych, polskim przedsiębiorcom prasowym trudno było się mierzyć z możliwościami, jakimi dysponowali potentaci tej branży w Niemczech, to w granicach własnych środków starali się stosować podobne rozwiązania, jeśli chodzi o modernizację czasopism za pomocą intensywnie wykorzystywanej fotografii. Sprzyjał temu dobrze rozwinięty, międzynarodowy system transferu zdjęć agencyjnych, którego funkcjonowanie przejrzystie tłumaczył Tadeusz Cyprian:

W każdym kraju istnieją specjalne agencje fotograficzne, zajmujące się wyłącznie „polowaniem” na aktualia, które potem w tysiącach odbitek wędrują do tysięcy redakcji pism ilustrowanych. [...] Agencje takie utrzymują w ważniejszych centrach specjalnych fotografów, poza tym zaś mają mnóstwo korespondentów [...] i przychodzą w ten sposób w posiadanie obrazów przedstawiających wszelkie zdarzenia, mogące zainteresować szersze grono czytelników [...]. Poza tym jednak utrzymują agencje te duży sztab fotografów-artystów, których zadaniem jest tworzyć „na zamówienie” całe cykle obrazów na pewien z góry określony temat [...]. Cykle takie, starannie opracowane i zaopatrzone krótkim, w telegraficznym stylu utrzymanym tekstem, przechowuje się w obszernym archiwum agencji. [...] Otóż każda szanująca się redakcja pisma abonuje pewne określone zdjęcia w kilku takich agencjach, określając po prostu miesięczną ilość obrazów i ich temat, np. 200 obrazów – sensacje, katastrofy, polityka, sławni ludzie, sport, piękne widoki, gwiazdy

26. Ibid.

27. Ibid., s. 57.

28. Przykładowo, Fuks w swojej broszurze *Zaranie fotografii dziennikarskiej w Polsce* pisał: „Na zachodzie Europy doniosłość fotografii dziennikarskiej oceniono znacznie wcześniej niż w Polsce. Dochodziły też do nas ilustrowane obficie nie tylko tygodniki, lecz i dzienniki, w których ilustracja stanowiła żywe, barwne i aktualne uzupełnienie tekstu” (s. 9).

29. Berliński tygodnik powstał w 1891 r. i już od 1901 r. zamieszczał fotografie nie tylko na stronie tytułowej, lecz także na stronach wewnętrznych.

30. Zob. Newhall, *The History of Photography*, s. 259–260; Marien, *Photography. A Cultural History*, s. 235–237; Rosenblum, *Historia fotografii światowej*, s. 466–467, 470–471; Lavin, *Cut with the Kitchen Knife*, s. 51–56. Szerzej na temat fotografii w prasie niemieckiej pisali: Ute Eskildsen, *Fotografie in deutschen Zeitschriften 1924–1933* (Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen, 1982); Hanno Hardt, „Pictures for the Masses: Photography and the Rise of Popular Magazines in Weimar Germany”, *Journal of Communication Inquiry*, nr 1 (1989), s. 7–29; Anton Holzer, „Picture Stories: the Rise of the Photoessay in the Weimar Republic”, *International Journal for History, Culture and Modernity*, nr 1 (2018), s. 1–39.

filmowe etc., z każdego rodzaju po 20 obrazów, a ponadto od wypadku do wypadku cykle kompletne, do których na miejscu dorabia się stosowny artykuł. Tylko w ten sposób możliwe jest wydawanie nowoczesnego pisma ilustrowanego [...]»³¹.

Jakkolwiek trudno przecenić wzorcową rolę „Berliner Illustrierte Zeitung” w pierwszym okresie fotograficznej modernizacji polskiego czasopiśmiennictwa, znacznie osłabiło ją podporządkowanie tygodnika w 1933 r. polityce informacyjnej Ministerstwa Propagandy Rzeszy. Już jednak parę lat wcześniej podobny status i europejską renomę zyskał inny magazyn – ukazujący się od roku 1928 paryski tygodnik o znamienym tytule „Vu”, czyli „widziane”³². Poza wymienionymi wyżej autorami, których prace publikowała także „Berliner Illustrierte Zeitung”, na stronach tego czasopisma prezentowało swoje zdjęcia szerokie grono znakomitych fotografów: Brassai, Man Ray, Maurice Tabard, Berenice Abbott, Lewis Hine, Margaret Bourke-White, Henri Cartier-Bresson i Robert Capa. Charakterystycznym komponentem szaty graficznej „Vu” stały się fotomontaże ilustrujące specjalne, tematyczne jego numery, które wykonywał głównie Alexander Liberman, ale także André Kertész i Marcel Ichac.

PRZEBIEG I ZAKRES PROCESU MODERNIZACJI PRASY ILUSTROWANEJ W POLSCE

Proces przemian szaty graficznej czasopism II Rzeczypospolitej, związany z wykorzystywaniem fotografii, miał oczywiście swoją dynamikę, która zależała od uwarunkowań historycznych i od przebiegu modernizacji

warsztatu redakcyjnego w poszczególnych wydawnictwach. Była ona pochodną rozwoju systemu pozyskiwania różnorodnych zdjęć przez firmy wydawnicze, rozbudowy nowoczesnej bazy poligraficznej umożliwiającej ich druk (z czasem też wielobarwny), a także ogólnej sytuacji na rynku prasy, związanej z wprowadzaniem nowych tytułów i przekształcaniem profilu starszych. Obserwując świadectwa tych przemian w pismach najbardziej popularnych, o największym nakładzie, najszerzym zasięgu dystrybucji i najsilniejszym wpływie na opinię publiczną, zauważyć można charakterystyczne tendencje rozwojowe.

W pierwszej kolejności fotografie znalazły miejsce na łamach tygodników ilustrowanych powstałych w XIX lub początku XX w., które jeszcze przed okresem Dwudziestolecia dość płynnie wprowadziły zdjęcia w swoją już ustaloną, zachowawczą strukturę, stopniowo zastępując nimi ryciny. Mowa tu przede wszystkim o „Przewodniku Katolickim” – największym pod względem nakładu piśmie tygodniowym w międzywojennej Polsce, wydawanym w Poznaniu, lecz mającym ogólnokrajowy zasięg, oraz o dwóch pismach warszawskich – „Świecie” i „Tygodniku Ilustrowanym”³³. Dominowały w nich, zwłaszcza na początku, zdjęcia wykorzystywane w roli ilustracji do stosunkowo obszernych tekstów o aktualnych sprawach państwa lub Kościoła, życia społecznego i kulturalnego, o ciekawych zakątkach Polski i innych krajów. Zamieszczano więc wizerunki świeckich lub duchownych dygnitarzy, fotografie dokumentujące uroczystości państwowe i kościelne, oficjalne spotkania i posiedzenia ważnych gremiów, widoki zabytków i atrakcji turystycznych. Znaczący przyrost materiału

31. Tadeusz Cyprian, „Amator a fotografia prasowa”, *Polski Przegląd Fotograficzny*, nr 7 (1930), s. 154.

32. Zob. Gervais, *The Making of Visual News*, s. 93–100.

33. Warto podkreślić charakterystyczny dla historii popularnej prasy ilustrowanej w Polsce fakt, że tygodnikiem o masowym zasięgu, nakładem zdecydowanie przewyższającym wszystkie inne, było właśnie pismo katolickie, reprezentujące wyraźnie religijny profil. „Przewodnik Katolicki” wydawała w latach 1895–1939 spółka Drukarnia i Księgarnia św. Wojciecha w Poznaniu, jedno z największych wówczas polskich wydawnictw specjalizujące się w literaturze dewocyjnej. Nakład „Przewodnika” w ciągu lat 20. sukcesywnie wzrastał od kilkudziesięciu do 200 000 egzemplarzy, w następnej dekadzie sięgał 250 000. „Tygodnik Ilustrowany”, którego wydawcą w latach 1882–1939 była również jedna z największych firm wydawniczych w międzywojennej Polsce, Gebethner i Wolff, swoim nakładem mieszczącym się w granicach 10 000–15 000 egzemplarzy, podobnie jak „Świat” (1906–1939), reprezentował pod tym względem przeciętny pułap przekraczany wyraźnie tylko przez tygodniki koncernu Ilustrowanego Kuriera Codziennego; jednak największy z nich, „Światowid”, dochodząc w latach 30. do poziomu ok. 80 000, pozostawał i tak daleko w tyle za „Przewodnikiem”. Żaden inny tygodnik ilustrowany nie osiągnął nawet 50 000 egzemplarzy nakładu. Zob. Andrzej Paczkowski, *Prasa Drugiej Rzeczypospolitej, 1918–1939* (Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN, 1971), s. 249–255.

fotograficznego o charakterze reporterskim wiązał się z publikacjami na temat najważniejszych wówczas dla losów Polski operacji militarnych – Powstania Wielkopolskiego, którego przebieg ze szczególną uwagą relacjonował „Przewodnik Katolicki”, oraz wojny polsko-bolszewickiej, na której śledzeniu skupiły się „Świat” i „Tygodnik Ilustrowany”. W „Przewodniku Katolickim” aktualnym doniesieniom o przebiegu działań powstańczych towarzyszyły wielokrotnie potem przypominane zdjęcia Kazimierza Gregera. Wojsko szykujące się do walki z bolszewikami, rekrutację ochotników i ich ćwiczenia czy warszawskie zaplecze działań wojennych ukazywały na łamach „Tygodnika” i „Świata” głównie fotografie reportażowe Wacława Saryusza-Wolskiego i prowadzonej przez niego Warszawskiej Agencji Fotograficznej, a także Agencji Prasowo-Fotograficznej Mariana Fuksa, zestawiane po kilka (zwykle na rozkładzie stron) i opatrzone krótkimi podpisami³⁴. Należą one do najwcześniejszych w Polsce przykładów stosowania serii podpisanych zdjęć w roli samodzielnej i tak rozbudowanej informacji wizualnej o aktualnych wydarzeniach. Wypełniając całe strony zestawem kilku fotografii bądź to powiązanych jednym tematem, bądź dokumentujących różne nowiny czy ciekawostki krajowe i zagraniczne, „Tygodnik Ilustrowany” już we wczesnych latach 20. wyraźnie nawiązywał do formatu „Berliner Illustrierte Zeitung”. Stołeczne czasopismo utrzymało ten rys podobieństwa do niemieckiego wzoru także

później, gdy stałym elementem jego układu pozostawały zróżnicowane tematycznie, całostronicowe lub nawet kilkustronicowe zestawy zdjęć reporterskich: obok wizualnych relacji z różnych uroczystych obchodów, wizyt, spotkań i wydarzeń politycznych w Polsce i na świecie swoje miejsce znalazły aktualności sportowe, przeglądy sytuacji w innych krajach, materiały na temat codziennego życia różnych środowisk, grup zawodowych i społecznych³⁵.

Przed połową dekady główną siłą napędową procesu modernizacji szaty graficznej prasy za pomocą fotografii stała się najpotężniejsza firma wydawnicza w międzywojennej Polsce – krakowski koncern Ilustrowanego Kuriera Codziennego (IKC)³⁶. Ukazujący się od roku 1924 magazyn „Światowid” wprowadził nowoczesną formułę tygodnika ilustrowanego, w ramach której obficie serwowane i ciekawie zestawiane zdjęcia zyskały zdecydowanie pierwszorzędne znaczenie. Sam tytuł, jak wspomniałem wyżej, przywoływał ideę wielokierunkowej obserwacji świata obejmującej jego widok ze wszystkich stron, a programowy anons w pierwszym numerze pisma podkreślał znaczenie fotografii, która jako medium tego totalnego, panoptycznego widowiska miała gwarantować jego maksymalną spektakularność i aktualność. Równocześnie wskazano na nowoczesną technikę druku rotograwiurkowego, zapewniającą najwyższy standard wizualny reprodukowanych zdjęć. Nadrzędne mu zadaniu fotograficznej prezentacji najróżniejszych

34. Fotoreportaże z tego pierwszego okresu, zamieszczane na łamach „Świata” i „Tygodnika Ilustrowanego”, omówił szerzej Krzanicki, *Fotografia i propaganda*, s. 107–125. Wacław Saryusz-Wolski prowadził swoją agencję fotograficzną od 1920 r., agencja Mariana Fuksa powstała już w roku 1910.

35. Dobrym przykładem jest kilka fotoreportaży ze zdjęciami Mariana Fuksa: „Święto amerykańskie w Warszawie”, *Tygodnik Ilustrowany*, nr 29 (1921), s. 465; „Rumuńska para królewska w Polsce”, *ibid.*, nr 27 (1923), s. 429; „Poznańska fabryka samochodów”, *ibid.*, 1923, nr 33 (1923), s. 537. Inne przykłady to fotoreportaż ze zdjęciami Witolda Pikiela „P. Prezydent na Wołyniu”, *Tygodnik Ilustrowany*, nr 26 (1929), s. 507–509, anonimowy fotoreportaż „II Bieg Kolarski Dookoła Polski”, *ibid.*, nr 35 (1929), s. 685; zestaw fotografii „Kurioza samochodowe” ze zdjęciami agencji Pacific & Atlantic i Wide World, *ibid.*, nr 24 (1930), s. 485; fotoreportaż „Kobieta w Sowietach” ze zdjęciami Alberta Herrlicha, *ibid.*, nr 23 (1932), s. 363. Wiele jeszcze innych przykładów zaprezentował Krzanicki w książce *Fotografia i propaganda*.

36. Zob. Władysław Krew na pierwszej stronie, s. 118. Działalność koncernu, również w zakresie pozyskiwania i wykorzystywania materiałów fotograficznych, szczególnie na łamach tygodnika „Światowid”, stała się przedmiotem naukowych opracowań: Piotr Borowiec, *Jesteśmy głosem milionów. Dzieje krakowskiego wydawnictwa i koncernu prasowego Ilustrowany Kurier Codzienny (1910–1939)* (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2005); *id.*, *Miedzy sensacją a nauką. Obraz produktów krakowskiego wydawnictwa i koncernu prasowego Ilustrowany Kurier Codzienny (1910–1939)* (Kraków–Rzeszów: Firma Sas, 2005); Mariusz W. Majewski, „Elity Drugiej Rzeczypospolitej w ikonografii «Światowida. Ilustrowanego Kuriera Tygodniowego»”, w: *Prasa w warsztacie badawczym historyka*, red. Kazimierz Karolczak, Konrad Meus (Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 2017), s. 151–169.

wydarzeń podporządkowane miały być teksty, którym wyznaczono funkcję zwięzłego i przystępnego objaśnienia obrazów. Przybliżając świat w dziesiątkach kadrów każdego tygodnia, „Światowid” stawał do konkurencji „z najlepszymi zagranicznymi ilustracjami tego typu”³⁷. Tygodnik IKC realizował swoje zapowiedzi, oferując rzeczywiście bardzo szeroki, tematycznie w największym stopniu zróżnicowany wachlarz fotografii, których dostarczali tak indywidualni autorzy, w nielicznych przypadkach wymieniani z nazwiska (np. Marian Fuks, Marek Münz, Antoni Pawlikowski, Jan Szwedo), jak i agencje, krajowe i zagraniczne (il. 1). Z działalnością „Światowida” wiąże się dynamiczny rozwój systemu pozyskiwania zdjęć z różnych źródeł agencyjnych; na potrzeby tygodnika powstała specjalna agencja fotograficzna o tej samej nazwie, z której usług korzystali również inni wydawcy, ale ponadto publikowano zdjęcia warszawskiej firmy Photo-Plat, założonej przez Stefana Plater-Zyberka w 1927 r., wspierano się ofertą Pafotu, a wśród materiałów czerpanych z zagranicy dominowały fotografie agencji Presse-Photo Berlin, Press Photo News Service, Atlantic Photo, Keystone, The New York Times, Scherl, Trampus czy Wide World Photos³⁸. Pod względem liczby, różnorodności i technicznej jakości reprodukowanych zdjęć „Światowid” znacznie przewyższał inne polskie tygodniki ilustrowane, próbujące wzorować się na jego niezwykle atrakcyjnej formule.

Zbliżony poziom reprezentował natomiast popularny miesięcznik „Naokoło Świata”, powołany w tym samym roku co „Światowid” przez warszawskie wydawnictwo Gebethnera i Wolffa, wychodzący w nakładzie ok. 20 000 egzemplarzy³⁹. Na bardzo ciekawy i zróżnicowany materiał ilustracyjny magazynu, obok licznych zdjęć anonimowych, agencyjnych, składały

się fotografie będące dziełem doborowego grona wybitnych autorów, jak Mario Bucovich, Jan Bułhak, Benedykt Jerzy Dorys, Mikołaj Iliński, Władysław Kozłowski, Jan Alojzy Neuman, Stefan Plater-Zyberk, Henryk Poddębski, Bolesław Przyłuski, Jan Ryś, Antoni Wieczorek, Jan Wołyński, Mojżesz Worobejczyk (Moi Ver), Edmund Zdanowski (il. 2). Charakterystycznym wyróżnikiem „Naokoło Świata” stały się obszernie, kilkustronicowe fotoreportaże o tematyce obyczajowej, często związane z tekstami przyjmującymi formę żywej, dowcipnej nowelki, które tworzyły rodzaj fotoeseju. Kilka najlepszych realizacji tego typu, jeśli chodzi o materiał fotograficzny – np. *W słońcu i Miasto nad ranem* (1931, nr 87) czy *Jedziemy „Piętnastką”* (1931, nr 89) – sygnowano nazwą zakładu fotograficznego „Ruan”, podobnie zresztą jak wiele ciekawych pojedynczych fotografii publikowanych na łamach tego miesięcznika. Wcześniej miejskie fotoreportaże ze stolicy były dziełem Jana Wołyńskiego, np. *Brzuch Warszawy* (1926, nr 21).

Od roku 1925 fotografie drukowane z klisz kreskowych lub siatkowych trafiały także na łamy popularnych dzienników, z których wypierały wcześniej stosowane dla celów ilustracyjnych ryciny, dla których zdjęcia często stanowiły podstawę. Ilustracje fotograficzne równolegle zaczęły zamieszczać gazety wydawane w wysokich nakładach (ok. 80 000–100 000 egzemplarzy) przez dwa największe koncerny prasy sensacyjnej: krakowski IKC, wydawcę „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” i warszawski Prasa Polska SA, wydawcę tzw. czerwoniaków – „Expressu Porannego” i „Kuriera Czerwonego”. W 2. połowie lat 20. fotografie stały się już standardowym elementem dzienników o podobnym, sensacyjno-brukowym charakterze, znaczna część z nich

37. „«Światowid»”, s. 16.

38. W agencji fotograficznej „Światowida” pracowali: Jan Szwedo, Jan Borek, Jan Gazel, Wanda Otorowska, Jan Stachowicz (Kraków), Jan Ryś, Wacław Machowski, Józef Binek, Edmund Brzozowski (Warszawa), Bolesław Cichorz, Eugeniusz Kitzman (Poznań). Zob. Ewa Podgórska, „Koncern wydawniczy «Ilustrowany Kurier Codzienny» i pozostała po nim spuścizna fotograficzna”, *Archeion* 67 (1979), s. 150; Jan Kosidowski, *Zawód: fotoreporterzy* (Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, 1984), s. 106. Por. Wacław Żdżarski, *Historia fotografii warszawskiej* (Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1974), s. 190. Poza „Światowidem” i firmą „Photo-Plat” Żdżarski omawia także działalność innych polskich agencji fotograficznych, które wykonywały zdjęcia prasowe jeszcze w 1. połowie lat 20.: Akademickiej Agencji Fotograficznej, czynnej w Warszawie w roku 1923, oraz utworzonej na jej bazie firmy „Machowski, Złakowski i S-ka”, funkcjonującej przez trzy kolejne lata i współpracującej z „Ilustrowanym Kurierem Codziennym”, „Światowidem”, „Kurierem Porannym” i „Expressem Wieczornym Ilustrowanym”. Działalność fotograficzną Jana Rysia podsumował w krótkim artykule Andrzej Piotrowski, „Jan Ryś – fotoreporter”, *Dagerotyp* 5 (1996), s. 3–9.

39. Zob. Paczkowski, *Prasa Drugiej Rzeczypospolitej*, s. 290.

Rozmaitości.



Przeciw wsiadaniu i wysiadaniu z tramwajów w czasie jazdy. W Londynie zaprowadzono już przy tramwajach urządzenie automatyczne, które z chwilą ruszania wozu natychmiast zamyka wejście do niego i podnosi stopnie, natomiast równie automatycznie umożliwia wyjście z wozu, gdy on stanie. Atlantic.



Dowcipny wynalazek, pozwalający szoferowi palenie papierosów nawet w czasie najszybszej jazdy i przy najsilniejszym wicherze. Atlantic.



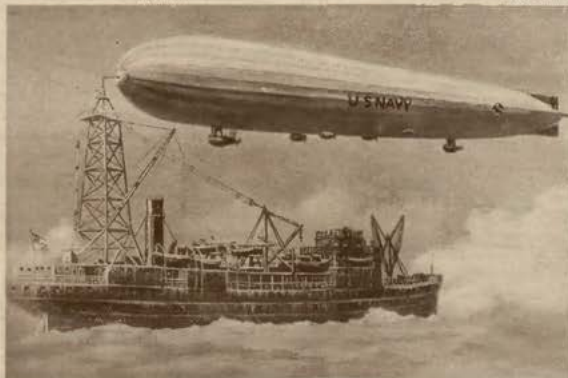
Radio w papierosnicy: Miniaturowy aparat, pozwalający na odbieranie fal głosowych w promieniu 40 km. Atlantic.



Oryginalny sposób lokomocji na ulicach Rzymu: „Moto-kolo,” kombinacja roweru i motocykla. Perry Pastorel, Roma.



Leczenie angielskiej choroby: Lekarz prof. Langstein z Berlina, wynalazca najnowszej metody, stosowanej przed wszystkim u dzieci rachitycznych. Atlantic.



Amerykański „Zeppelin” wojenny „Schnandoah”, który świeżo wziął rekord, przebywszy 40 godzin w powietrzu i zrobiwszy 1300 mil, wylądowuje na wieży pancernika. Sennecke.



Parowózolbrzym: Olbrzymie koła nowego typu angielskich lokomotyw. Atlantic.



Dobry połów. Press-Photo-News-Service.



Pół perł w Australji: Muszla, w której tworzy się perła. Press-Photo-News-Service.



Flota rybaków wybierających się na połów. Press-Photo-News-Service.



2 Jan A. Neuman, *Phantaisie moderne*, „Naokoło Świata” 1931, nr 82, szp. nlb. 133–134

wprowadziła także niedzielne dodatki ilustrowane, drukowane w technice rotograviurowej⁴⁰. Mocny nacisk na rolę zdjęć był wyróżnikiem gazet komercyjnych, adresowanych do najszerszego grona odbiorców, unikających zaangażowania w kontrowersje polityczne. Fotografie, zwłaszcza zamieszczone na pierwszej stronie, służyły tu głównie za atrakcję mającą zaintrygować i przyciągnąć nabywców⁴¹. Takie rozwiązanie przyjął na przykład

„Ilustrowany Kurier Codzienny”, ogólnopolska i bardzo poczytna gazeta koncernu IKC. Na jej stronie tytułowej często eksponowano – w roli informacji dnia – zdjęcie z osobnym nagłówkiem i podpisem. Fotograficzne aktualności i ciekawostki wypełniały też ilustrowany dodatek tygodniowy do dziennika.

Chociaż pod względem treści pogłębiały się różnice między bogato ilustrowaną prasą czysto sensacyjną, rozrywkową a prasą partyjną, zaangażowaną w politykę, to pod względem wykorzystania atrakcyjności fotografii w szacie graficznej niektóre gazety drugiego typu nawiązywały do tych popularnych celem pozyskania szerszego kręgu odbiorców, a tym samym – „rozszerzenia swoich wpływów politycznych”⁴². Najlepszym tego przykładem były dwa wpływowe, opiniotwórcze dzienniki warszawskie, łączące ideologiczną publicystykę z materiałami bardziej trywialnymi: „Kurier Poranny”, bliski obozowi piłsudczykowskiemu (o wysokim nakładzie sięgającym ok. 80 000 egzemplarzy), oraz wydawany od jesieni 1926 r. dziennik „ABC”, radykalnie narodowy, chociaż jego tytuł miał zapowiadać treści właściwe dla prasy popularnej, „aktualne, bezpartyjne, ciekawe”, wszechstronne i adresowane do wszystkich (nakład ok. 30 000 egzemplarzy)⁴³. Polityczno-popularnemu sprofilowaniu obu gazet odpowiadał dwojaki charakter zdjęć, częściowo dokumentujących ważniejsze wydarzenia w kraju i na świecie, a częściowo prezentujących rozmaite błahie nowinki. Z kolei „Kurier Poznański”, wydawany przez spółkę Drukarnia Polska (jedno z największych przedsiębiorstw prasowych w Polsce), wpływowy, choć nieoficjalny organ Stronnictwa Narodowego i główny pozawarszawski dziennik tej opcji, zachowując charakter gazety *stricto* politycznej, okraszał poważne treści nielicznymi zdjęciami o charakterze ciekawostkowym, zamieszczanymi zwłaszcza na pierwszej stronie, co

40. Ibid., s. 149. Trzecim pod względem wielkości i znaczenia w skali kraju komercyjnym koncernem prasowym, po IKC i Prasie Polskiej, była łódzka Republika, wydawca dwóch dzienników sensacyjnych podobnego typu: „Republiki” i „Expressu Ilustrowanego”. Szerzej na temat modernizacji szaty graficznej dzienników okresu Dwudziestolecia, z uwzględnieniem roli fotografii, piszą: Andrzej Paczkowski, „Przemiany szaty zewnętrznej dzienników polskich w latach 1922–1939”, *Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego* 15, z. 4 (1976), s. 435–457; Władyka, *Krew na pierwszej stronie*, s. 113–118.

41. Stanisław M. Saliński określił tę rolę zdjęć w komercyjnych dziennikach mianem „wabików graficznych”; zob. id., *Long-play warszawski* (Warszawa: Instytut Wydawniczy PAX, 1966), s. 125; Władyka, *Krew na pierwszej stronie*, s. 125.

42. Władyka, *Krew na pierwszej stronie*, s. 117–118.

43. Zob. Paczkowski, *Prasa Drugiej Rzeczypospolitej*, s. 70–71, 107–109, 121–122. Pełny tytuł gazety brzmiał „ABC. Pismo codzienne informuje wszystkich o wszystkim”.

wprowadzało element urozmaicenia i atrakcji typowy dla „brukowców”⁴⁴.

Stopniowo rozwijała się praktyka podbarwiania czarno-białych zdjęć. Uzyskane dzięki tej technice barwne reprodukcje fotografii w popularnej prasie pojawiają się sporadycznie w połowie lat 20. Do najwcześniejszych przykładów należą zdjęcia „najsilniejszego człowieka świata” zamieszczone w marcu 1925 r. na łamach „Ilustrowanego Kuriera Codziennego”, zdjęcie wschodzącej gwiazdy polskiego baletu opublikowane rok później w „Expressie Wieczornym Ilustrowanym” i parę fotografii w najwcześniejszych numerach „Na Szerokim Świecie” z roku 1928 – drugiego tygodnika IKC. Były to jednak przypadki wyjątkowe⁴⁵. Kolorowane fotografie weszły na stałe do szaty graficznej czasopism masowego obiegu w latach 30.; również pod tym względem rolę przodującą odegrał tygodnik „Światowid”, który od 1930 r. wyróżniał się dużymi barwnymi reprodukcjami fotograficznymi na okładkach.

Od tego też roku istotną rolę w upowszechnieniu fotografii w prasie odgrywał Wydział Ilustracji Prasowej Polskiej Agencji Telegraficznej. Agencja była potężną instytucją rządową, mającą swoją sieć korespondentów i oddziały w większych miastach, która współpracowała z podobnymi placówkami za granicą w ramach Międzynarodowego Związku Agencji Informacyjnych i dostarczała prasie serwis wiadomości zredagowany po myśli władz, a z początkiem lat 30. poszerzyła działalność, oferując abonentom – jako jedyna instytucja w Polsce – także codzienny matrycowy serwis fotograficzny. Obejmował on pakiet ośmiu do dziesięciu przygotowanych do reprodukcji matryc, uwzględniających „wszelkie najważniejsze wydarzenia tak w kraju, jak i za granicą”⁴⁶. Materiały te Wydział uzyskiwał od własnych fotoreporterów i w drodze wymiany zdjęć prowadzonej z około czterdziestoma agencjami fotograficznymi na świecie. Oferta serwisu matrycowego skierowana była szczególnie do mniejszych i prowincjonalnych wydawców prasy, którzy nie mieli innej możliwości zaopatrywania

swoich pism w fotografii. Wielu z nich, wcześniej pozbawionych dostępu do ilustracji, na początku lat 30. zaczęło publikować zdjęcia pochodzące z tego źródła, przy czym zrazu skuszeni takim sposobem uatrakcyjnienia szaty graficznej wydawcy nie zawsze znajdowali sensowny pomysł na zintegrowanie fotografii z treścią gazet i nawet z nich po pewnym czasie rezygnowali, jak choćby poważne dzienniki polityczne o orientacji prorządowej – wychodzące we Lwowie „Słowo Polskie” i „Kurier Polski” z Warszawy, które przez około dwa lata zamieszczały pozyskane zdjęcia między kolumnami tekstu, jednak bez żadnego związku z jego treścią, po czym odstąpiły od tej praktyki.

Na początku lat 30. liczne redakcje z lepszym lub gorszym skutkiem próbowały wykorzystywać nowe szanse i modernizować formę swoich czasopism tak, aby istotne miejsce zajął w nich fotograficzny przegląd różnorodnych aktualności. Za tym trendem podążały również wydawnictwa o konserwatywnej orientacji światopoglądowej, czego najlepszym przykładem są dwie oficyny poznańskie znane z sympatii narodowo-katolickich: Drukarnia Polska i Księgarnia św. Wojciecha. Ta pierwsza, zakupiwszy nowe maszyny drukarskie, przekształciła tygodnik wydawany od jesieni 1927 r. pod tytułem „Ilustracja Wielkopolska” w „Ilustrację Polską” (1930–1939), atrakcyjniejszą pod względem jakości, różnorodności i liczby zdjęć, której szata graficzna najbardziej przypominała „Berliner Illustrierte Zeitung”, a nakład – dobrze sprzedający się zwłaszcza na zachodzie Polski – sięgał ok. 30 000 egzemplarzy⁴⁷. Charakterystycznym komponentem tygodnika stały się fotoreportaże, utrzymane w mniej lub bardziej sensacyjnej poetyce, w większości bazujące na materiałach zagranicznych. Z kolei Księgarnia św. Wojciecha u progu 1932 r. zdecydowała o modernizacji wydawanego od paru lat tygodnika „Tęcza”, chcąc pogodzić dotychczasowy charakter czasopisma społeczno-kulturalnego dla katolickiej inteligencji z formułą popularnego magazynu, bogato ilustrowanego fotografiami. Tygodnik

44. Zob. Paczkowski, *Prasa Drugiej Rzeczypospolitej*, s. 38–40, 125–126; Feliks Fikus, „«Kurier Poznański» i inne wydawnictwa prasowe Drukarni Polskiej S.A. w Poznaniu w latach 1918–1939”, *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej* 17, z. 4 (1978), s. 49–53.

45. *Ilustrowany Kurier Codzienny*, nr 77 (18 III 1925), s. 5; *Express Wieczorny Ilustrowany*, nr 99 (10 IV 1926), s. 2; *Na Szerokim Świecie*, nr 3–6 (1928), *passim*.

46. „Jak pracuje Wydział Ilustracji Prasowej PAT. Wywiad z p. Mieczysławem Obarskim, dyrektorem naczelnym PAT”, *Prasa*, nr 8–9 (1938), s. 3. Szerzej na temat PAT (w tym także jej oferty fotograficznej) zob. Paczkowski, *Prasa Drugiej Rzeczypospolitej*, s. 328–333; Notkowski, *Prasa w systemie propagandy rządowej w Polsce*, s. 240–263.

47. Roman Leitgeber, „Historia «Drukarni Polskiej S.A. w Poznaniu»”, *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*, nr 4 (1985–1986), s. 95–103.

przekształcono w starannie i nowocześnie redagowany miesięcznik, konkurencyjny wobec „Naokoło Świata” Gebethnera i Wolffa także pod względem atrakcyjności zdjęć czerpanych zarówno z serwisów agencyjnych, jak i od fotografów miejscowych, na czele z „poznańskim trójlistkiem”⁴⁸. Tadeusz Cyprian na łamach „Tęczy” regularnie propagował fotografię amatorską. Gwidon Miklaszewski i Wacław Świerczyński wzbogacali szatę graficzną magazynu o fotomontaże niewiele ustępujące tym, które dla „Naokoło Świata” wykonywali głównie Mieczysław Choynowski i Marian Walentynowicz, ale też Mieczysław Berman, Zbigniew Czech, Aleksander Krzywobłocki i Stefan Themerson. Ponadto fotomontaże pojawiały się również w narodowo-katolickim, choć podejmującym konwencję czasopism sensacyjnych, wysokonakładowym „Małym Dzienniku”, wydawanym przez niepokalanowskich franciszkanów, oraz w statecznym „Przewodniku Katolickim”.

Fotomontażowe zestawienia zdjęć stały się szczególnie charakterystycznym i szeroko rozpowszechnionym elementem szaty graficznej magazynów popularnych od końca lat 20., w 2. połowie następnej dekady wiele redakcji z niego zrezygnowało. Na łamach gazet codziennych ten typ ilustracji występował rzadko, z wyjątkiem „Kuriera Czerwonego”, który w latach 30. intensywnie go wykorzystywał. Bardzo dynamicznie montowane zdjęcia aktualne, reporterskie, tworzyły tam nieraz całostronicowe struktury dominujące nad tekstem. Taką spektakularną oprawę uzyskał m.in. cykl *Niedzielny reportaż Wiecha*⁴⁹.

PRASOWY MODERNIZM W APOGEUM: PRODUKTY KONCERNU IKC OD KOŃCA LAT 20. DO POŁOWY 30.

Technika wycinania poszczególnych motywów z różnych zdjęć i montowania ich w swobodne, fantastyczne i zaskakujące układy kompozycyjne połączyła modernistyczną awangardę z popularną prasą ilustrowaną, odkąd dadaści wykorzystywali na tej zasadzie reprodukcje znajdujące w czasopismach, nawiązując przewrotny dialog z ich przekazem. Kiedy zaś fotomontaż rozwinął się już w idiom sztuki modernizmu, poszukującej nowych technik obrazowania, a jednocześnie dróg wyjścia poza własną enklawę ku funkcjom użytecznym i społecznym, z jej obszaru przeniesiony został na

łamy ilustrowanych czasopism za sprawą wielu twórców, którzy zaangażowali się w dzieło modernizacji tego medium kultury wizualnej. Znakomitym przykładem takiej łączności między inspiracjami czerpanymi przez awangardę z poetyki fotografii prasowej, eksperymentalnymi poszukiwaniami w zakresie techniki fotomontażu i efektami późniejszej współpracy przedstawicieli artystycznego modernizmu z redakcjami popularnych magazynów, jest historia recepcji jednej okładki tygodnika „Berliner Illustrierte Zeitung” (1922, nr 47). W duże okładkowe zdjęcie ukazujące panoramę Nowego Jorku wmontowano motyw samolotu przelatującego między drapaczami chmur. Fotomontaż ten rozbudował w następnym roku Paul Citroen, student Bauhausu, doklejając kolejne zdjęcia wielkomiejskich gmachów, mostów i ulic w swojej słynnej pracy *Metropolis* (1923). Stała się ona osnową fantastycznej wizji miasta przyszłości w filmie Fritza Langa (1927), który przejął obraz samolotów sunących między gigantycznymi wieżowcami dla podkreślenia ich niebosiężnej wysokości. Dwa lata po premierze filmu obraz ten powrócił jako motyw fotomontażu na okładce popularnego czasopisma w pracy *Miasto – młyn życia* Kazimierza Podsadeckiego i tutaj również służył zaznaczeniu niebotycznej skali drapaczy chmur, bijących kolejne rekordy w konkurencji o osiągnięcie najwyższego pułapu, niczym lekkoatleci, z których postaciami został wymownie zestawiony (il. 3)⁵⁰. Oszalamiające – jak sugeruje wyraz twarzy zapatrzonej w górę postaci pośrodku całego widowiska – podniebne wyczyny architektów, inżynierów, lotników i sportowców prezentowały na okładce tygodnika IKC górną, czyli jasną stronę życia we współczesnej metropolii, podczas gdy dolną strefę mroku stanowiło nie wewnątrz monstrialnej maszynowni wypełnione robotniczą masą, jak w filmie Langa, lecz groźne przestępcze podziemie.

Fotomontażowa synteza Podsadeckiego, ukazująca w przekroju różne i przeciwstawne odsłony wielkomiejskiej współczesności, jest znakomitą wizytówką tygodnika IKC, gdyż sprowadza do esencjalnie skondensowanej formy charakterystyczny spektakl świata, który prezentowały magazyny tego koncernu. Metafora „młyna życia”, podkreślająca wydobytą w montażu dynamikę dookólnego ruchu fotograficznych, wycinanych obrazów wokół twarzy rozemocjonowanej

48. „Poznański trójlistek” tworzyli Tadeusz Cyprian, Bolesław Gardulski i Tadeusz Wański.

49. Cykl ten ukazywał się w latach 1934–1939.

50. Fotomontaż *Miasto – młyn życia* ukazał się na okładce tygodnika „Na Szerokim Świecie” (1929, nr 27).



3 Kazimierz Podśadecki, *Miasto – młyn życia*, „Na Szerokim Świecie” 1929, nr 27, okładka

ich widokiem, była jedną z szeregu podobnych figur, które stosowano wymiennie, aby tytuł cotygodniowego przeglądu aktualności i ciekawostek, złożonego z wielu rozmaitych zdjęć, wywoływał efekt obracania się maszyny zdarzeń dookoła punktu obserwacji. Na zmianę z figurą młyna występowały metafory kołowrotu, karuzeli, wiru, panoptikum czy kalejdoskopu. Rubryki tego samego typu opatrywano tytułami

akcentującymi bądź ogólnoswiatowy zasięg panoptycznego wglądu, bądź zaskakującą różnorodność, zmienność i osobliwość chwytych obiektywem widoków – przykładowo: *Świat wszczep i wzdłuż*, *Świat w kole zdarzeń*, *Cały świat w młynie zdarzeń*, *Świat w obrazkach*, *Świat przed naszym obiektywem*, *W kalejdoskopie światowym*, *W wirze zdarzeń tygodnia*, *Rzeczy ciekawe z całego świata*, *W kołowym zdarzeń*, *Panorama*

osobliwości, *Karuzela osobliwości, Rozmaitości zagraniczne*⁵¹. Charakterystyczny zestaw owych metafor w różnych wariantach parafrazował naczelną ideę totalnej obserwacji świata, głoszoną tytułami czasopism „Światowid” i „Na Szerokim Świecie”, jak również spełniał zadeklarowaną w pierwszym numerze „Światowida” intencję „wszechstronnego obrazowania chwili bieżącej” licznymi zdjęciami z krótkim ich objaśnieniem. Ta wielostronna optyka tysięcy wszechobiektywów miała skupiać w sobie nie tylko cały przekrój życia współczesnego świata w wymiarze przestrzennym, lecz także pełne spektrum jego stron jasnych i skrytych w mroku, optymistycznych i pesymistycznych perspektyw na przyszłość, cały wachlarz nadziei i obaw, jakie wzbudza obserwacja toczących się w przyspieszonym tempie i zmieniających świat procesów. Panoptyczny przegląd blasków i cieni tych zmian ściśle łączył zatem swoją funkcję informacyjną z funkcją emotywną. Wyraz emocjonalnego uniesienia, malujący się na twarzy umieszczonej pośrodku fotomontażu *Miasto – młyn życia*, dobrze oddaje emfaticzny, sensacyjny ton przekazów obrazujących w tygodnikach IKC pełną różnicę współczesność. Nad wszystkim dominowała retoryka atrakcyjności i niezwykłości roztaczanego przed oczyma czytelników spektaklu, jego przyciągającego uwagę, zaciekawiającego i intrygującego charakteru. Podkreślanie takiej atmosfery służyło operowaniu kontrastami zarówno na poziomie zestawianych tematów, jak i wzbudzanych w związku z nimi emocji. Kontrapunktem dla spokojnych, powściągliwych, ale przy

tym zdecydowanie przychylnych władzy państwowej tonów wiadomości z życia politycznego, społecznego i gospodarczego kraju były z jednej strony liczne i pełne afektacji materiały o tematyce amerykańskiej, rozpięte między podziwem a zdumieniem, ale także zgrozą, gdy chodziło o „podziemny” świat przestępczy, z drugiej zaś strony nacechowane chłodną awersją doniesienia z hitlerowskich Niemiec i Związku Sowieckiego. Stale powracający temat niezwykłych postępów techniki czy rozbudowy miast eksponowano na przemian w kategoriach entuzjastycznych i katastroficznych jako kanwę dla roztaczania raz utopijnych, raz antyutopijnych wizji niedalekiej przyszłości. Sprawy bardzo poważne i niepokojące, jak napięcia w stosunkach międzynarodowych, rozwój militarystyki czy wyścig zbrojeń, mimo że czyniono je przedmiotem rozpalanych obaw, nierzadko sąsiadowały na łamach magazynów z podawanymi w bardzo lekkim tonie, trywialnymi ciekawostkami, z fotograficzną dokumentacją mniej lub bardziej dziwnych wynalazków, pobitych rekordów czy ekstrawaganckich dokonań. Poetyka kontrastowego eksponowania rozmaitości i niezwykłości, sprzecznych odsłon współczesnego świata i zaskakujących przebiegów między skrajnościami znajdowała wyraz w tytułach, którymi opatrywano zestawienia zdjęć (np. *Okropności – osobliwości*), ale przede wszystkim w samym ich doborze i w sposobie budowy owych zestawień. Na tym polu fotoreportażowa konwencja zespołu różnych, dopełniających się zdjęć płynnie przybierała formę fotomontażu⁵².

51. Wymienione i bardzo podobne przykłady można znaleźć w wielu wydaniach tygodników IKC; zob. np.: *Światowid*, nr 19 (1928); nr 5, 9 (1929); nr 4–12 (1930); nr 3, 5, 6, 9, 13–15, 19, 36 (1931); *Na Szerokim Świecie*, nr 8, 12–14 (1928); nr 13, 17, 42 (1931); nr 5, 20, 25, 29, 31, 36, 40 (1932).

52. Zarysowaną tutaj ogólnie charakterystykę zawartości tygodników IKC, złożonej z tekstów i ilustracji fotograficznych, przedstawiłem bardziej szczegółowo, na konkretnych przykładach, w książce *Awangarda i mit racjonalizacji*, s. 242–244, 250–281. Przykładowy wybór artykułów z tygodnika „Na Szerokim Świecie”, prezentujących realia USA: *Ameryka przez dziurkę od klucza* (1929, nr 7, s. 7); *Gdzie jeden koń wstrzymuje 500 aut* (1929, nr 9, s. 10); *100 sławnych ludzi za 150 centów* (1929, nr 10, s. 8); *Gdzie dolar ludzi bodzie* (1929, nr 17, s. 3); *Raj centaurów na raty* (1929, nr 18, s. 6); *Miasto, które za szybko urosło – Chicago stop!* (1930, nr 12, s. 5–7); cykl opowieści o życiu „podziemnej Ameryki” (1931, od nr 17); *Dziecko za demona podziemi. Najbardziej tajemnicza sensacja Ameryki* (1932, nr 11, s. 5); cykl *Tajemnice pracy w największej fabryce świata* (1933, od nr 37); artykuły *Ludzie z ręką na pulsie życia. Rewelacje o tajemnicach i sposobach pracy dzienników amerykańskich* (1933, nr 45, s. 6–7); *Ameryka płaci za wojnę. Obrazy życia w dolarowym piekle* (1933, nr 47, s. 10). Kilka przykładowo wybranych artykułów na temat sytuacji w ZSRR, zamieszczonych w „Światowidzie”: *Walka Sowieków z religią* (1931, nr 13, s. 2); *Z Rosji Sowieckiej* (1931, nr 17, s. 11–12); *Zza kulis piatilietki* (1932, nr 32, s. 6–7); i w „Na Szerokim Świecie”: *Dni czerwonego cara* (1931, nr 29, s. 6–7); *Czarno i białe czerwonym państwie. Co widział i czego nie widział francuski minister w Rosji sowieckiej?* (1934, nr 6, s. 6–7). Kilka przykładowo wybranych artykułów na temat sytuacji w Niemczech, opublikowanych

Jeśli chodzi o fotoreportaż, w którym tekst ograniczony został do roli zwięzłego objaśnienia zestawu fotografii, wśród polskich magazynów ilustrowanych wyraźnie przodował „Światowid”. Na jego łamach często wykorzystywano materiały z serwisów zagranicznych i adaptowano gotowe zespoły ilustracji z jednego źródła (np. z zasobów Francisca C. Fuersta z Wiednia, Roberta Sennecke, Maxa Gerlacha czy agencji Presse-Photo i Unionbild z Berlina), albo samodzielnie kompilowano takie tematyczne bloki o charakterze fotoreportażowym, czerpiąc pojedyncze fotografie z różnych źródeł i wiążąc je własnym tekstem. W ten sposób powstawały złożone z kilku zdjęć relacje wizualne z bieżących wydarzeń na świecie lub z życia egzotycznych ludów na dalekich kontynentach. Tematyka fotoreportaży była oczywiście zróżnicowana⁵³. Część z nich pokazywała uroczystości państwowe, wizyty odbywane w kraju i za granicą przez przedstawicieli najwyższych władz, a szczególną uwagę na łamach czasopisma krakowskiego koncernu cieszył się Józef Piłsudski, nawet jeśli tylko pojedyncze zdjęcia z całego zestawu eksponowały jego postać, a pozostałe budowały kontekst⁵⁴. Jednakże większość fotoreportaży skupiała się na tematyce sensacyjno-kryminalnej. Do najciekawszych przykładów należy zajmujący dwie strony „Światowida”, dynamicznie zakomponowany zestaw zdjęć *Z otchłani zbrodni i występku stolicy* (1929, nr 8). Dobrze reprezentuje on typowe dla prasy IKC zainteresowanie mrocznymi stronami życia i światem

przestępczym, które wyraziło się najpełniej w magazynie „Tajny Detektyw”.

Generalnie fotografia reporterska w prasie masowej skupiała się przede wszystkim na tematach sensacyjnych, ujawniała szerokiej publiczności sytuacje i zdarzenia niedostępne na co dzień oczom przeciętnego obywatela i dlatego podatne na udratyzowanie w dziennikarskiej obróbce tak, by maksymalnie pobudzały ciekawość i emocje. W tej kategorii najbardziej spektakularnie prezentuje się cykl reportażu sądowych dziennika „Ilustrowany Kurier Codzienny” z głośnego procesu Rity Gorgonowej, który elektryzował opinię publiczną wiosną 1932 r. i rok później, kiedy został wznowiony. Obszernym, szczegółowym relacjom z sali rozpraw i z wizji lokalnej na miejscu tragedii towarzyszyły fotografie ukazujące sceny przesłuchań i rekonstrukcji zdarzeń, a zwłaszcza wychwytyjące – co zaakcentowano w podpisach – najbardziej dramatyczne ich momenty. Miały one istotny udział w podsycaniu atmosfery grozy i wzburzenia, którą dziennik roztaczał wokół oskarżonej, z góry przesądzając o jej winie⁵⁵. Już w pierwszych dniach procesu „Ikac” na stronie tytułowej zamieścił montaż zdjęć miejsca zbrodni, zestawiający skaleczoną dłoń Gorgonowej z resztkami szyby w drzwiach willi, rozbitej przez domniemaną morderczynię⁵⁶.

Na tle innych popularnych czasopism, takich jak „Przewodnik Katolicki”, „Ilustracja Polska” czy „Naokoło Świata”, które publikowały reportaże Kazimierza Nowaka z podróży po Afryce (1931–1936), obficie

w „Światowidzie”: *Niemcy dyszą pragnieniem zemsty* (1931, nr 24, s. 3); *Bóg Niemiec Hitler!* (1931, nr 29, s. 6–7); *W paroksyzmie szaleń* (1933, nr 12, s. 10) i w „Na Szerokim Świecie”: *Czerwone czy czarne?* (1931, nr 34, s. 8–9), *Niemcy w mroku i we krwi* (1933, nr 13, s. 4); *Szał hitlerowski* (1933, nr 15, s. 2); *Trzy kule w piwiarni. Opowieść o początkach kariery wodza hitleryzmu* (1933, nr 46, s. 6–7).

53. Na przykład fotoreportaże z rocznika 1931 „Światowida”: *Zawody narciarskie o mistrzostwo armii* ze zdjęciami Witolda Pikiela; *Hydrantem i gazami łzawiącymi. Zaburzenia studenckie w Warszawie, Mistrzowie pięści. Mecz bokserski Polonia – Makkabi* i „Kaziuk”. *Wiosenny jarmark w Wilnie* – wszystkie trzy ze zdjęciami agencji Światowid (nr 11, s. 7, 10, 14–15); *Katastrofa pod Rogowem* ze zdjęciami agencji Światowid; *Wyścig o Grand Prix Monaco* i *Wilno pod wodą* ze zdjęciami Edmunda Zdanowskiego (nr 18, s. 6, 12–13, 14–15); *Boże Ciało Polsce, Flisacy i piaskarze* oraz *Derby w Epsom największą sensacją sezonu* (nr 24, s. 8–9, 10–11, 16–17).

54. Marian Dąbrowski, właściciel koncernu IKC i największy magnat prasowy II RP, był gorącym zwolennikiem sanacji i posłem Bezpartyjnego Bloku Współpracy z Rządem. Piłsudskiemu poświęcono m.in. fotoreportaże w następujących wydaniach „Światowida”: nr 45 (1926); nr 13 (1927); nr 2 (1928); nr 42 (1928); nr 33 (1929); nr 4 (1931); nr 15 (1931); nr 47 (1932); nr 12 (1933); nr 12 (1934).

55. Szerzej na temat relacji „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” z procesu Gorgonowej, w tym o roli fotografii, pisał Władyka, *Krew na pierwszej stronie*, s. 190–194.

56. „Zbrodnia brzuchowicka przed sądem”, *Ilustrowany Kurier Codzienny*, nr 118 (30 IV 1932), s. 1. Podobny fotomontaż ukazał się wcześniej, już po paru tygodniach od popełnienia zbrodni, na stronie tytułowej tygodnika „Tajny Detektyw” (1932, nr 2).



4 Świat w oku widza, „Na Szerokim Świecie” 1932, nr 7, s. 2–3

ilustrowane fotografiami, formę ich prezentacji w tygodnikach IKC, a zwłaszcza w „Na Szerokim Świecie”, wyróżniały zabiegi mocno podbijające sensacyjny ton: utrzymane w retoryce niesamowitości tytuły i śródtytuły tekstów współgrały z widowiskowymi, dynamicznie budowanymi układami zdjęć lub wyciętych motywów, sytuującymi się na granicy fotoreportażu i fotomontażowej konstrukcji⁵⁷.

Technika fotomontażu była znakomitą narzędziem budowy efektów wszechstronnego wglądu w każdy temat, analitycznego wnikięcia wewnątrz pod różnymi kątami i spojrzenia z wielu perspektyw, oraz syntezy tych wielostronnych spojrzeń – idealnie więc wpisywała się w panoptryczny mit, który kreowały tygodniki koncernu IKC (il. 4)⁵⁸. Obszerny materiał zdjęciowy pozyskiwany przez redakcję umożliwiał selektywne

57. Wybór przykładów z tygodnika „Na Szerokim Świecie”: 1933, nr 3, 15–17, 23, 33, 35, 45, 48; 1934, nr 3, 7, 14, 33.

58. Najwcześniejsze z fotomontaży opublikowanych w czasopiśmie IKC to prace nieznanego autorstwa: zajmująca dwie strony kompozycja *Gdzie spojrzeć, wszędzie gwiazdy... filmowe*, zamieszczona w „Światowidzie” (1928, nr 3, s. 10–11), oraz montaż do artykułu *Oko i ucho świata* opublikowanego w „Na Szerokim Świecie” (1928, nr 14, s. 5), a także kompozycja *Od pędu do katastrofy* z tegoż czasopisma (1928, nr 14, s. 9). W 1929 r. tygodnik „Na Szerokim Świecie” oprócz prac Podsadeckiego zamieszczał także pojedyncze prace M. Josefberga i Henryka Dietricha, nie wszystkie były sygnowane; zob. Czekalski, *Awangarda i mit racjonalizacji*, s. 236. W roku 1935 Podsadecki przestał odpowiadać za kształt oprawy fotograficznej na łamach „Światowida” i „Na Szerokim Świecie”, sygnował tylko fotomontażowe ilustracje do powieści w odcinkach, a już rok wcześniej pod niektórymi z fotomontaży w tych tygodnikach zaczyna podpisywać się Zygmunt Strykowski, kierownik graficzny „Światowida”. Ponadto w latach 30. XX w. swoje fotomontaże na okładkach niektórych dodatków do „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” zamieszczał także Jan Szewdo. O jego pracach zob. Weronika Kobylińska,

do niego podejście, pozwalał wybierać i zestawiać nie tylko najlepsze fotografie, lecz także najlepiej wyglądające fragmenty czy poszczególne motywy różnych zdjęć jako elementy syntetycznej, montażowej struktury. Teoria fotomontażu formułowana w kręgu artystycznego modernizmu podkreślała bliski związek tej techniki obrazowania z techniką montażu klatek filmu, na której opierała się poetyka czy to skokowych, czy płynnych przejść między różnymi scenami, odrębnymi miejscami i czasami akcji, zbliżeniami z odmiennych perspektyw i ujęciami w szerszych planach⁵⁹. Ta analogia między fotomontażem a filmem odpowiadała filmowej metaforze, do której chętnie odwoływano się w tygodnikach „Światowid” i „Na Szerokim Świecie”, rozwijając ideę ukazywania świata w całej rozciągłości i różnorodności widoków na zdjęciach rejestrujących najróżniejsze jego strony. Ilustrowane magazyny chciały prezentować życie współczesne w postaci quasi-filmowego widowiska, które poprzez zestawiane fotografie wyświetla się w przeglądzie aktualnych wydarzeń – czym „na ekranie chwili” – jak głosił tytuł jednej ze stałych rubryk na łamach „Światowida”. Dwaj twórcy fotomontażowej oprawy graficznej głównych tygodników IKC, Kazimierz Podsadecki i Janusz Maria Brzeski, byli entuzjastami modernizmu w dziedzinie zarówno fotografii, jak i filmu, i uważali współpracę z krakowskim koncernem za nowoczesną formę twórczości, która na swój sposób spaja oba te obszary⁶⁰.

Tutaj warto zatrzymać się przy kwestii związku między magazynami wychodzącymi w Krakowie a paryskim „Vu”, który również opierał się na idei pannoptycznego widzenia współczesności i stylizował sposób operowania fotografiami na podobieństwo formy filmowej (od 1931 r. jedna ze stałych rubryk przeznaczonych na zestaw zdjęć z krótkimi podpisami nosiła tytuł *Film tygodnia*)⁶¹. Ogólnie rzecz biorąc, tygodnik „Vu” zachowywał stały format, na który składały się dłuższe lub krótsze artykuły ilustrowane pojedynczymi

zdjęciami, fotoreportaże lub fotoeseje oraz całostroniowe bloki zdjęć stanowiące fotograficzny przegląd aktualności lub ciekawostek – format typowy dla popularnych magazynów europejskich, ukształtowany przez „Berliner Illustrirte Zeitung”, który od momentu swego powstania w 1924 r. reprezentował też „Światowid”. Zdjęcia, starannie dobierane i zestawiane, nierzadko stykały się ze sobą lub lekko zachodziły jedno na drugie pod różnymi kątami, czasem przycinano je do kształtu koła lub owalu, wycinano również pojedyncze postaci czy inne motywy, by zakomponować je na stronie obok całych fotografii i kolumn tekstu, jednakże zabiegi te nie były rozwijane w formę fotomontażu *par excellence*. Kilka prostych, z reguły dwuelementowych fotomontaży pojawiło się jedynie na okładce „Vu” w latach 1928 i 1929, od następnego roku okładkowe montaże zdjęć stały się wyróżnikiem specjalnych, tematycznych wydań tygodnika i tylko w takich wydaniach (z bardzo nielicznymi wyjątkami) zamieszczano także fotomontaże ilustracyjne wewnątrz numeru, których autorami byli Alexander Liberman lub Marcel Ichac. Stylistyka mniej lub bardziej rozbudowanych fotomontaży, które dla magazynów „Światowid” i „Na Szerokim Świecie” wykonywał od końca 1928 r. Kazimierz Podsadecki, nie znajduje w szacie graficznej „Vu” żadnych precedensów, co trzeba wyraźnie zaznaczyć. Artysta własną drogą doszedł w roku 1930 do niezwykle spektakularnej formuły montażu wycinków zdjęć, którego swobodna kompozycja obejmowała całą stronę lub rozkład dwóch stron czasopisma (najpierw „Światowida”, potem głównie „Na Szerokim Świecie”) i wyznaczała sposób zakomponowania kolumn tekstu w relatywnie niewielkich wolnych polach między fotografiami (il. 5). Od początku 1931 r. na okres pięciu kolejnych lat ten typ całostronicowych lub dwustronicowych fotomontaży zdominował szatę graficzną tygodnika „Na Szerokim Świecie”, przez co pod względem wizualnym zostały ujednolicone niemal wszystkie stałe działy: przegląd

Awangardowa klisza. Polska fotografia w dwudziestoleciu międzywojennym (Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2021), s. 68–71.

59. Zob. Czekański, *Awangarda i mit racjonalizacji*, s. 80–82.

60. Ibid., s. 184–192.

61. Zdaniem Michela Frizota charakter „Vu” określił zamiar naczelnego redaktora, Luciena Vogla, by upodobnić czasopismo do kroniki filmowej, a środkiem do uzyskania takiego efektu była metoda organizacji stron magazynu przez montaż zdjęć; zob. Michel Frizot, „Photo / Graphics in French magazines: the possibilities of rotogravure, 1926–1935”, w: *Photo / Graphics. Collected papers from the symposium „Photo / Graphisme”, Jeu de Paume, Paris, 20 October 2007* (Paris: Jeu de Paume, 2008), s. 9. Frizot jest także współautorem albumowej monografii tygodnika; zob. Michel Frizot, Cédric de Veigy, „Vu”. *The Story of a Magazine that Made an Era* (London: Thames and Hudson, 2009).

KRWawe cienie

Minęły już czasy romantyzmu nawet w zbrojnictwie. Ongiś za tych dawnych dobrych czasów wystarczyło wziąć maczując do ręki, ubrać suknię pługawą, zapuścić długie wąsiska i pójść do lasu a już się było jakimś Rinaldinem, czy rodzimym Masdejem.

Dziś tego rodzaju zbójców widuje się tylko w świetle kinkietów, gdy w jakiejś szkole inscenizują sobie podlotki. Powrót



Al Capone, słynny bandyta amerykański.

taty do mamy" albo w kabaretach, gdy Krukowski gra rolę apasza w „W podziemiach Paryża”. Prawdziwy jednak bandyta, czyli taki pan, który w najmniej spodziewanym momencie pojawia się z rewolwerem w ręku i żąda bezterminowej pożyczki, albo podkopyje się pod „Bank przeczności”, zmienił do nie poznania

Krzeseł elektryczne, na którym traci się zbrodniarzy w Ameryce. — Na fotelu reprodukcjonowanym zginęli słynni anarchiści Sacco i Vanzetti.

Powyżej: Nowy York.

swoją siłownię. Jest on więc wytwornym dżentelmenem, ma tylko dobre skrojone fraki, nie obce mu są Biarritz, Brioni i Miami, uprawia sporty, zna się świetnie na koniach, autach i kobietach, mecenasuje w sztuce, szczególnie w tej gołej, no a w wolnych chwilach od zajęcia wyprawia swoich bliźnich grzeszenie i cicho na drugi świat i wypróżnia ich kieszenie i kasy. Nowoczesny bandyta to także człowiek wiedzy, który korzysta ze wszystkich zdobyczy nauki, którą umie zaprzęgać do rydwanu swoich zbrodni.

Naturalnie najwybitniejszych bandytów posiada Ameryka, kraj, w którym wszystko musi być naj... naj... Wśród tych zaś naj... naj... naj... słynniejszych znowu są dwaj rywale Al Capone i Diamond. Obaj stoją na czele potężnych szajek, trudniących się przemyślnym i bandytryzmem na wielką skalę i obaj drwią sobie

z policji, gdyż potężne środki finansowe jakimi rozporządzają, pozwalają im na przekupywanie stróżów bezpieczeństwa. Dzięki temu policja zawsze szuka Diamonda i Al Capone, ale podobnie jak Halka śpiewająca w operze „Halce”: „a ja cię szukam, szukam nieboga, ale cię znaleźć nie mogę” — nigdy ich nie znajduje.

Mimo to jednak Al Capone i Diamond nie czują się bezpieczni.

— Z powodu? — Z powodu, że Al Capone nie nawidzi Diamonda, a Diamond Al Capone i że obaj na siebie urządzą zasadzkę.

I tak przed kilku dniami wysłannicy Al Capone wpakowali kilka kul w piersi Diamonda. Jutro znowu

Diamond, rywal Al Capone.

może Diamond naszpikuje ołowiem brzuch Al Capone. I będą się tak bawić, aż wreszcie trafią obaj na krzesło elektryczne, które przytuli kiedyś do swojego łona obu rywali i wyprocy ich. Bo jak mówi przysłowie: „Bóg nie rywali, ale sprawiedliwy”.

Ośka.

Znacie mnie Państwo przecie?

W każdej miejscowości jestem od lat 30 tu wszystkim dobrze znany. Co tygodnia poświęcam mi się kwadrans czasu. Pomocny jestem milionom pań przy pielęgnowaniu włosów.

Shampooon z czarną główką 50gr

(Extra) z proszkiem dla polski włos (60 gr.)

Wszędzie do nabycia, gdzie niema — wprost u firmy Aptekarz Drancz i Ska. Bielsko.

UPORCZYWY BÓL GŁOWY USUWAJA SZYBKO WYWIERAJĄC SWOJE DZIAŁANIE

TABLETKI

DLA DOROSŁYCH

MAG. A. BUKOWSKIEGO

DO NABYCIA WE WSZYSTKICH APTEKACH W OBYWNIENNYM OBRACZANIU W MAŁYCH GOSPODARSTWACH PRZEZ KAŻDĄ PRACOWNICZĄ TABELKĘ

CENA 2zł.130

mał. 1000 TRZĄSAŁO 1200 TRZĄSAŁO

5 Krwawe cienie,
„Światowid” 1930, nr 42, s. 5

aktualności lub ciekawostek, artykuły poświęcone wydarzeniom w poszczególnych krajach lub aktualnym kwestiom społecznym, politycznym czy gospodarczym, sensacyjnie fabularyzowane epizody historii oraz powieści-dreszczowce w odcinkach (il. 6). Ilustrując artykuł *Samobójstwo świata. Gdyby znów wybuchła wojna* (1931, nr 9), Podśadecki w ramach już ukształtowanej stylistyki swoich kompozycji wykorzystał elementy zdjęć i fotomontaży Alexandra Libermana

ze specjalnego numeru „Vu” na temat wizji przyszłej wojny, który ukazał się trzy tygodnie wcześniej – co bynajmniej nie świadczy o zależności prac polskiego artysty od paryskich wzorów, lecz tylko o swobodzie, z jaką pozwolił sobie dokonać własnej przeróbki cudzego materiału (il. 7, 8).

Nic konkretnego nie wiadomo na temat współpracy Janusza Marii Brzeskiego z redakcją „Vu”, zdawkowo odnotowanej przez Michela Frizota, do której miało



6 Tydzień na całym świecie, „Na Szerokim Świecie” 1931, nr 30, s. 2–3

dojść podczas pobytu artysty w Paryżu między 1929 a 1930 r.⁶² Jakkolwiek było, w każdym razie nie tam należy upatrywać źródeł inspiracji dla stylistyki fotomontaży prasowych wykonywanych po powrocie Brzeskiego do kraju, gdzie jesienią 1930 r. znalazł on zatrudnienie w koncernie IKC i zajął się projektowaniem szaty graficznej nowego czasopisma „Tajny Detektyw. Ilustrowany tygodnik kryminalno-sądowy” (1931–1934). Od pierwszego numeru, z końca stycznia 1931 r., widać bliskie pokrewieństwo układu kompozycyjnego fotomontaży w tym tygodniku z rozwiązaniami, które wcześniej stosował Podsiadecki na łamach „Światowida” (il. 9, 10). Jedyne uchwytne i istotne związki między magazynem „Vu” a twórczością Brzeskiego dotyczy najbardziej znanej serii jego fotomontaży *Narodziny robota* (1933). Po pierwsze, znaczną część użytych w niej zdjęć stanowią reprodukcje z paryskiego tygodnika – na przykład praca

Sielanka XX wieku – 1 zawiera fotografie konstrukcji przemysłowych pochodzące z numeru 220 (1932), a druga z serii, *Sielanka XX wieku – 2*, obok zdjęcia budowy Empire State Building Lewisa Hine’a wykorzystuje zdjęcie z okładki numeru 225 (1932). Po drugie, artykuł *Narodziny robota*, ilustrowany kilkoma fotomontażami i opublikowany w „Kurierze Literacko-Naukowym” (cotygodniowym dodatku do dziennika „Ilustrowany Kurier Codzienny”) w styczniu 1934 r., jest syntetyczną przeróbką dwóch opowieści ze specjalnego numeru „Vu” pod hasłem „Koniec cywilizacji” (1933, nr 259): *Vie et moeurs du robot, homme machine* (Życie i obyczaje robota, człowieka-maszyny) Pierre’a Mac Orlana oraz *La fin des robots* (Koniec robotów) Jeana Painlevé’a. Same zaś montaży, a szczególnie *Robot przy pracy*, trawestują motywy fotomontaży Marcela Ichaca ilustrujących oba teksty⁶³.

62. Michel Frizot, *Photomontages. Photographie expérimentale de l'entre-deux-guerres* (Paris: Centre National de la Photographie, 1987), s. nlb.

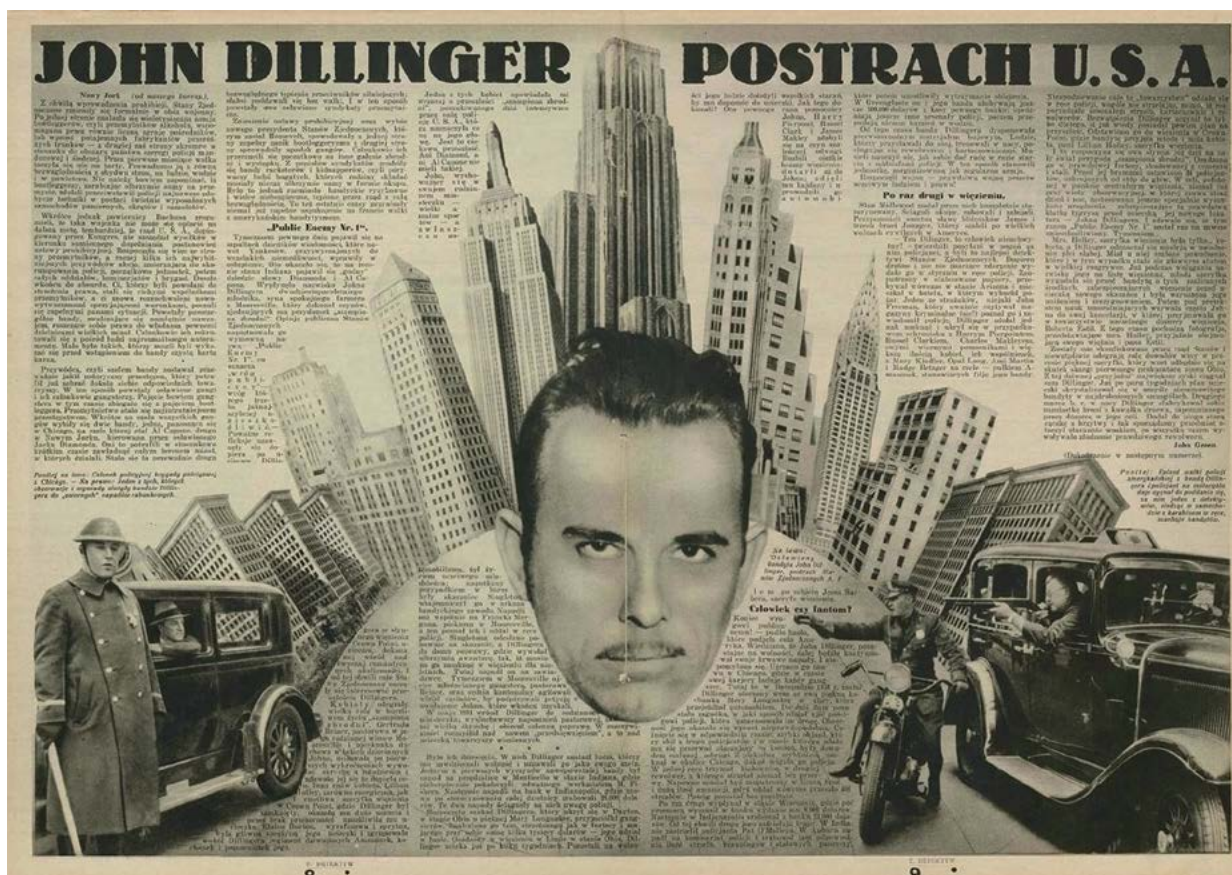
63. Nawiązanie autora *Narodziny robota* do publikacji z „Vu” i fotomontaży Ichaca odnotowała Julia Harasimowicz; zob. ead., „Składanie tygodników. Projekty graficzne Janusza



7 Samobójstwo świata, „Na Szerokim Świecie” 1931, nr 9, s. 8–9



8 Les gaz!, Les gaz!, Les gaz! „Vu” 1931, nr 152



9 John Dillinger, postrach USA, „Tajny Detektyw” 1934, nr 23, s. 8–9

Na tych pojedynczych przypadkach zapożyczeń *de facto* kończą się związki między oprawą ilustracyjną czasopism IKC a tygodnikiem „Vu”. Znacznie bliższe analogie wiąże charakterystyczny dla Podsadeckiego i Brzeskiego system budowania kompozycji zdjęć ze stylistyką innego paryskiego magazynu, „Voila” wydawnictwa Gallimard⁶⁴. Ten jednak zaczął ukazywać się dopiero w końcu marca 1931 r., co wyklucza go z roli ewentualnego wzoru dla rozwiązań naszych artystów. Wyraźne podobieństwo na poziomie ogólnego typu fotomontażowych ilustracji, które od wiosny 1931 do 1934 r. łączyło prace Podsadeckiego i Brzeskiego z czasopismem „Voila”, nie oznacza zależności genetycznej. W twórczym, konstrukcyjnym i nadzwyczaj plastycznym sposobie operowania fotografiami na łamach

najpopularniejszych tygodników koncernu IKC z lat 1931–1934 nowoczesne przemiany polskiej prasy ilustrowanej po I wojnie osiągnęły swój szczyt. Co więcej, w magazynach tych, a szczególnie w śmiałych, pomysłowych układach zdjęć wypełniających łamy czasopisma „Na Szerokim Świecie”, modernistyczne idee budowy nowego języka mediów masowego przekazu, opartego na fotografii i jej współdziałaniu z tekstem, znalazły szczególnie interesującą, oryginalną i w najwyższym stopniu spektakularną formę realizacji. Opracowanie fotograficznej i fotomontażowej szaty czasopism informacyjno-sensacyjnych, będące dziełem Podsadeckiego i Brzeskiego, należy do czołowych dokonań polskiego modernizmu w dziedzinie grafiki użytkowej, a zarazem do najwybitniejszych osiągnięć na polu modernizacji

M. Brzeskiego dla koncernu «Ilustrowanego Kuryera Codziennego», *Kultura Popularna*, nr 4 (2015), s. 115.

64. Zestawiając „Voila” z krakowskimi tygodnikami, można również zauważyć przypadki wykorzystywania konkretnych motywów, np. sylwetowo wycięty ze zdjęcia posąg nagiej kobiety, stanowiący główny motyw fotomontażu, który w „Voila” ilustrował tekst o operacjach plastycznych (1931, nr 29, s. 8–9), powrócił – podobnie zakomponowany między kolumnami tekstu – w fotomontażu Brzeskiego do artykułu *Światła i cienie metropolii świata* na łamach „Tajnego Detektywa” (1931, nr 44).

TO JEST... AMERYKA!

Dokończenie reportażu z Nru 24 p. t.
„DILLINGER NA CZEŁE AMAZONK”

Streszczenie części II.

Wojna cywilna w Ameryce... (text continues with a summary of the reportage, mentioning the author's observations on American society, politics, and the role of the press during the war years).

III.

Nowy Jork i jego otoczenie

Wojna cywilna w Ameryce... (text continues with a summary of the reportage, mentioning the author's observations on American society, politics, and the role of the press during the war years).

Trójka ludzi — jedna szklanka

Wojna cywilna w Ameryce... (text continues with a summary of the reportage, mentioning the author's observations on American society, politics, and the role of the press during the war years).

Wylatujący konfident bandy

Wojna cywilna w Ameryce... (text continues with a summary of the reportage, mentioning the author's observations on American society, politics, and the role of the press during the war years).

Wojna cywilna w Ameryce... (text continues with a summary of the reportage, mentioning the author's observations on American society, politics, and the role of the press during the war years).

Wojna cywilna w Ameryce... (text continues with a summary of the reportage, mentioning the author's observations on American society, politics, and the role of the press during the war years).



10 To jest... Ameryka! „Tajny Detektyw” 1934, nr 25, s. 8–9

prasy europejskiej w okresie międzywojnia. Zakorze-
nioną w utopijnych wyobrażeniach tamtej epoki wiarę
w moc kształtowania i jednoczenia społecznej świadomości
przez fotografię dziennikarską oraz wspierający
ją system międzynarodowego obiegu zdjęć prasowych
przechował przez lata II wojny światowej amerykański
tygodnik „Life”, podtrzymywała ją agencja Magnum.

Z oczywistych powodów tradycja polskiego moderni-
zmu w tej dziedzinie nie mogła odrodzić się za żelazną
kurtyną, gdzie komunistyczny reżim przejął całkowitą
kontrolę nad środkami przekazu i podporządkował je
swojej propagandzie. Tygodnik „Przekrój”, z którym
podjął współpracę Brzeski, był już tylko bladym cieniem
„Światowida”.

BIBLIOGRAFIA

- Borowiec, Piotr. *Jesteśmy głosem milionów. Dzieje krakowskiego wydawnictwa i koncernu prasowego Ilustrowany Kurier Codzienny (1910–1939)*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2005.
- Borowiec, Piotr. *Między sensacją a nauką. Obraz produktów krakowskiego wydawnictwa i koncernu prasowego Ilustrowany Kurier Codzienny (1910–1939)*. Kraków–Rzeszów: Firma SAS, 2005.
- Czekalski, Stanisław. *Awangarda i mit racjonalizacji. Fotomontaż polski okresu dwudziestolecia międzywojennego*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, 2000.
- Eskildsen, Ute. *Fotografie in deutschen Zeitschriften 1924–1933*. Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen, 1982.

- Frizot, Michel. *The New History of Photography*. Köln: Könemann, 1999.
- Frizot, Michel. *Photomontages. Photographie expérimentale de l'entre-deux-guerres*. Paris: Centre National de la Photographie, 1987.
- Frizot, Michel, i Cédric de Veigy. *„Vu”. The Story of a Magazine that Made an Era*. London: Thames and Hudson, 2009.
- Gervais, Thierry. *The Making of Visual News. A History of Photography in the Press*. London–New York: Routledge, 2017.
- Harasimowicz, Julia. „Składanie tygodników. Projekty graficzne Janusza M. Brzeskiego dla koncernu <Ilustrowanego Kuriera Codziennego>”. *Kultura Popularna*, nr 4 (2015): 102–118.

- Hardt, Hanno. „Pictures for the Masses: Photography and the Rise of Popular Magazines in Weimar Germany”. *Journal of Communication Inquiry*, nr 1 (1989): 7–29.
- Holzer, Anton. „Picture Stories: the Rise of the Photoessay in the Weimar Republic”. *International Journal for History, Culture and Modernity*, nr 1 (2018): 1–39.
- Kobylińska, Weronika. *Awangardowa klisza. Polska fotografia w dwudziestoleciu międzywojennym*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2021.
- Kosidowski, Jan. *Zawód: fotoreporterzy*. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, 1984.
- Krzanicki, Marcin. *Fotografia i propaganda. Polski fotoreportaż prasowy w dwudziestoleciu międzywojennym*. Kraków: Universitas, 2013.
- Lavin, Maud. „Photomontage, Mass Culture, and Modernity. Utopianism in the Circle of New Advertising Designers”. W: *Montage and Modern Life, 1919–1942*, redakcja Matthew Teitelbaum, 40–41. Cambridge–London: MIT Press, 1992.
- Lechowicz, Lech. *Historia fotografii. Część 1*. Łódź: Wydawnictwo Biblioteki Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej, 2012.
- Leitgeber, Roman. „Historia «Drukarni Polskiej S.A. w Poznaniu»”. *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*, nr 4 (1985–1986): 95–103.
- Majewski, Mariusz W. „Elity Drugiej Rzeczypospolitej w ikonografii «Światowida. Ilustrowanego Kuriera Tygodniowego»”. W: *Prasa w warsztacie badawczym historia*, redakcja Kazimierz Karolczak, Konrad Meus, 151–169. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 2017.
- Marien, Mary W. *Photography. A Cultural History*. London: Laurence King Publishing, 2010.
- Moholy-Nagy, László. *Malerei, Fotografie, Film*. München: Albert Langen Verlag, 1925.
- Newhall, Beaumont. *The History of Photography*. New York: The Museum of Modern Art, 2009.
- Notkowski, Andrzej. *Prasa w systemie propagandy rządowej w Polsce (1926–1939). Studium techniki władzy*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1987.
- Paczkowski, Andrzej. *Prasa Drugiej Rzeczypospolitej, 1918–1939*. Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN, 1971.
- Paczkowski, Andrzej. „Przemiany szaty zewnętrznej dzienników polskich w latach 1922–1939”. *Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego* 15, z. 4 (1976): 435–457.
- Photography in the Modern Era. European Documents and Critical Writings, 1913–1940*. Redakcja Christopher Phillips. New York: The Metropolitan Museum of Art, Aperture, 1989.
- Piotrowski, Andrzej. „Jan Ryś – fotoreporter”. *Dagerotyp* 5 (1996): 3–9.
- Rosenblum, Naomi. *Historia fotografii światowej*. Tłumaczenie Iwona Baturo. Bielsko Biala: Wydawnictwo Baturo, 2005.
- Saliński, Stanisław M. *Long-play warszawski*. Warszawa: Instytut Wydawniczy PAX, 1966.
- Wieczorek, Antoni. „Nowoczesny reportaż”. W: *Leica w Polsce*, redakcja Tadeusz Cyprian, Jerzy Stalony-Dobrzański, Antoni Wieczorek, 56–60. Warszawa–Poznań: Polskie Towarzystwo Fotograficzne w Warszawie, 1936.
- Witkovsky, Matthew S. *Foto. Modernity in Central Europe, 1918–1945*. New York–London: Thames and Hudson, 2007.
- Władyka, Wiesław. *Krew na pierwszej stronie. Sensacyjne dzienniki Drugiej Rzeczypospolitej*. Warszawa: Czytelnik, 1982.
- Żdzarski, Wacław. *Historia fotografii warszawskiej*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1974.

SUMMARY

Photographic Modernisation of the Press in the Second Republic of Poland by Stanisław Czekalski

The development of reportage photography, the activity of photographic agencies and the system of international exchange of photographs, which had been progressing since the early 1920s, as well as the growing technological potential for reproducing photographs in print, brought about a fundamental transformation of the illustrated press. Topical photographs assumed a primary role as a visual medium, filling the pages of popular magazines and largely taking over the informative function that had previously been performed mainly by texts. Sets of documentary photographs took the form of photo-reportages and photo-essays, their compositions seamlessly transformed into photomontage forms. The potential of visual language, seen both in the matter-of-factness of photography and in the power of expression that could be achieved through an appropriate arrangement of photographs on the pages of

a magazine, attracted the attention of artists representing the Modernist avant-garde, who perceived cooperation with the modern edited popular press as an opportunity to implement functionalist utopias as much as the utopias of communication.

At the threshold of the interwar period, the modern formula of the illustrated press, widely accepted throughout Europe, was shaped mainly by the powerful German publishing houses with Ullstein Verlag at the fore. Its weekly magazine, "Berliner Illustrierte Zeitung" (BIZ), with a circulation of around two million, promoted the forms of photojournalism and photo-essay soon to be readily imitated by numerous European and American magazines; it also gave a prominent role to blocks of photographs, their combinations referring to film effects. In the period before it was subordinated to the information policy of the Reich Ministry of Propaganda, the Berlin magazine became an important point of reference for press publications in Poland as well. A few years before that, however, another title, the Parisian weekly "Vu", published since 1928, had acquired a standing as a model for press throughout Europe.

Major Polish magazines quickly embraced the pan-European trend of photographic modernisation of the press. At the earliest, photographs found a place in the pages of illustrated weeklies in existence since the 19th or the early years of the 20th century which had been gradually eliminating engravings, integrating photographs into their established, conservative structures instead, even before the inter-war period. The foremost among them were "Przewodnik Katolicki", the largest weekly periodical in interwar Poland in terms of circulation, published in Poznań but with a nationwide reach, and two Warsaw periodicals, "Świat" and "Tygodnik Ilustrowany". The latter of those clearly followed the format of "BIZ", publishing extensive sets of reportage photographs from Poland and abroad. Yet the main driving force behind the process of modernising graphic layouts of the press by means of photographs was the most powerful publishing company in interwar Poland, namely, the Cracow-based "Ilustrowany Kurier Codzienny" (IKC) press concern. The "Światowid" magazine, published from 1924 onwards, introduced the modern formula of an illustrated weekly, within which an unquestionably leading position was held by abundantly provided and interestingly juxtaposed photographs. Even the very name of the magazine, evoked the idea of a multi-directional observation of the world, of covering it from all sides, and the programmatic announcement in its first issue highlighted the importance of photography: as the medium of this total, panoptic surveillance, it was to guarantee its maximum spectacularity and topicality. True to its word, the IKC weekly implemented this mission by offering a very wide and typologically most diverse range of photographs. The activity of "Światowid" responded to the dynamic development of the system of acquiring photographs from various agency sources, and a special photographic agency was established for the weekly, operating under the same name. The popular monthly magazine "Naokoło Świata" of the Warsaw publishing house Gebethner and Wolff represented a similar level in terms of the quantity, attractiveness and technical quality of the reproduced photographs.

Towards the end of the 1920s, the concept of modernising the construction of media message by providing a generous photographic service was picked up by Poznań publishing houses known for their conservative, national-Catholic sympathies: Drukarnia Polska and Księgarnia Św. Wojciecha. The former tried to compete on the market of popular weeklies by means of its title, "Ilustracja Polska", and a layout reminiscent of "BIZ", while the latter transformed its weekly "Tęcza" into a monthly edited in a modern manner and able to compete with "Naokoło Świata" as to the attractiveness of photographs, photo-essays and photomontages.

The process of photographic modernisation of the press in the Second Republic of Poland reached its apex in the late 1920s and early 1930s in the IKC's main news weeklies, "Światowid" and "Na Szerokim Świecie". The titles and mission statements of both magazines expressed the Modernist idea of a comprehensive observation of the world, made possible by the optical technology of thousands of lenses, capturing not only the entire cross-section of contemporary life in its spatial dimension, but also the full spectrum of its bright and dark sides, optimistic and pessimistic prospects for the future, and the entire range of hopes and fears aroused by watching the accelerating and changing processes worldwide. The best illustration of this approach to depicting contemporary times, formatting the present day as an exciting, panoptic spectacle consisting of many simultaneous and contrasting scenes, is the photomontage *Miasto – młyn życia* [The city – a mill of life] by Kazimierz Podsadecki on the cover of the weekly magazine "Na Szerokim Świecie" (1929).

The technique of photomontage was an excellent tool for creating an effect of a comprehensive insight into any subject, for analytically penetrating it from many angles and perspectives and providing a synthesis of these multifaceted views; it therefore perfectly fitted the panoptic myth created by the weeklies issued by the IKC concern. The volume of photographic material acquired by their editorial boards enabled the editors to approach it selectively, to choose and juxtapose not only the best photographs, but also the best-looking sections of various photographs, or just individual motifs they showed, as the building blocks of synthetic, montage-style compositions. The theory of photomontage formulated in the circle of artistic Modernism emphasised the kinship between this technique of imaging and the montage technique applied to film frames as the basis for the poetics of transitions between scenes, separate places and times of action, close-ups from different perspectives and shots in wider planes. This analogy between photomontage and film fitted the cinematic metaphoric imagery so readily cited by the "Światowid" and "Na Szerokim Świecie" weeklies. Illustrated magazines wished to present contemporary life in the form of a quasi-filmic spectacle that showed a review of current events as if "on the screen of the current moment" – as the title of one of the regular columns of this kind in the "Światowid" proclaimed – owing to apt juxtapositions of photographs. The two creators of the photomontage layout of IKC's main weekly magazines, Kazimierz Podsadecki and Janusz Maria Brzeski, were both of them enthusiasts of Modernism in the field of photography as much as film, and considered their cooperation with the Cracow concern to be a modern form of creativity that in its own special way fused the two areas.

The extraordinarily wide use of photomontage in the graphic design of the IKC's weeklies distinguishes them from the model that the Parisian weekly "Vu" had provided for modern European magazines. Photomontages were rare in "Vu"; apart from the covers, they appeared there only as illustrations inside special, thematic issues of the magazine. In 1930, Podsadecki – a member of the Modernist group "Praesens" who adhered to Strzemiński's ideas of applying the principles of Functionalism and the technique of the photomontage in the field of printing – autonomously arrived at an extremely spectacular formula of arranging cut-outs of photographs: in his photomontages, a free composition covered an entire page or a two-page spread of the magazine and determined the way in which columns of text were set in the relatively small free areas between the photographs. Nothing tangible is known about Brzeski's collaboration with the editors of "Vu" during his stay in Paris (1929–1930), but be that as it may, it is not there that the sources of inspiration for the stylistics of the press photomontages he made after his return should be sought. In the autumn

of 1930, Brzeski found employment at the IKC and took up the task of designing the graphic layout of a new weekly magazine, „Tajny Detektyw” (1931–1934). A close affinity between the compositional layout of the photomontages in „Tajny Detektyw” and the solutions that Podsadecki had previously applied on the pages of „Światowid” is evident from the first issue of the new weekly.

In the IKC magazines, Modernist ideas of constructing a new language of the mass media, one based on photography and its interaction with the text, found a particularly interesting, original and extraordinarily spectacular form. The photographic and photomontage layout developed by Podsadecki and Brzeski for largely sensationalist magazines constitutes one of the leading achievements of Polish Modernism in the field of graphic design, and at the same time one of the most outstanding achievements in the field of the modernisation of the European press in the interwar period.

BIOGRAPHICAL NOTE

Stanisław Czekalski is an employee of the Institute of Art History of the Adam Mickiewicz University in Poznań. His scholarly interests focus on the theoretical and methodological issues of the research in art history, in particular issues of analysis and interpretation of visual works, the image and visuality theory, and photography. He is the author of the books *Awangarda i mit racjonalizacji. Fotomontaż polski okresu dwudziestolecia międzywojennego* (Poznań 2000), *Intertekstualność i malarstwo. Problemy badań nad związkami międzyobrazowymi* (Poznań 2006), *Jak wyjaśnić obraz? Metodologiczne tropy historii sztuki w epoce Ernsta H. Gombricha* (Poznań 2022).

NOTA BIOGRAFICZNA

Stanisław Czekalski jest pracownikiem Instytutu Historii Sztuki na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zajmuje się problematyką teoretyczną i metodologiczną badań historii sztuki, w szczególności zagadnieniami analizy i interpretacji dzieł wizualnych, teorią obrazu i wizualności, fotografią. Autor książek *Awangarda i mit racjonalizacji. Fotomontaż polski okresu dwudziestolecia międzywojennego* (Poznań 2000), *Intertekstualność i malarstwo. Problemy badań nad związkami międzyobrazowymi* (Poznań 2006), *Jak wyjaśnić obraz? Metodologiczne tropy historii sztuki w epoce Ernsta H. Gombricha* (Poznań 2022).