

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia 20 (2022)

ISSN 2081-1861

DOI 10.24917/20811861.20.15

**Adam Bańdo**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ORCID 0000-0003-3250-7239

## Wydawnictwa Polskiego Touring Klubu w latach 1930–1939

Czasopisma motoryzacyjne w Polsce mają długą i bogatą tradycję sięgającą okresu zaborów. Pierwszym polskim periodykiem motoryzacyjnym była lwowska „Gazeta Automobilowa”, oficjalny organ Galicyjskiego Klubu Automobilowego, ukazująca się zaledwie kilka miesięcy w 1911 r. pod redakcją Stanisława Barańskiego i Hieronima Zalewskiego<sup>1</sup>. Jej wydawcą był lwowski księgarz Jan Maniszewski<sup>2</sup>. Pierwszy numer „Gazety Automobilowej” ukazał się 15 lat po pojawieniu się pierwszego samochodu na terenie objętym zaborami (1896 w Warszawie, 1897 we Lwowie). Zapoczątkowany tym wydarzeniem rozwój motoryzacji na ziemiach polskich wpłynął zapewne korzystnie i inicjująco na powstanie nowego typu periodyku – czasopisma motoryzacyjnego<sup>3</sup>. W późniejszych latach postęp technologiczny umożliwił dalszy rozwój motoryzacji oraz wzrost jej popularności, nie tylko na łamach pism codziennych, ale wydawanych periodyków tematycznych dedykowanych miłośnikom motoryzacji. Jednak zanim samochód stał się powszechnym środkiem transportu, przez długi czas pozostawał przedmiotem marzeń oraz zainteresowań, które z czasem jednoczyły

1 Wg ustaleń ostatni zachowany numer „Gazety Automobilowej” ukazał się 25 maja 1911 r.

2 Więcej na ten temat w: A. Bańdo, *The rise and evolution of Polish automotive magazines until 1939*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2019, t. XXII, z. 4 (56), s. 5–18.

3 „Czasopisma motoryzacyjne to kategoria obejmująca szeroką grupę periodyków o problematyce motoryzacyjnej. Pojęcie to nie ogranicza się do popularnej prasy motoryzacyjnej, zwłaszcza ich współczesnej formy, tzn. kolorowych magazynów motoryzacyjnych. Obejmuje również tematycznie związaną z motoryzacją część tytułów prasy turystycznej i sportowej np. dotyczącej sportów motorowych i samochodowych, w tym pisma towarzystw, klubów i kółek auto-motocyklowych, a także czasopisma hobbystyczne, rozwijające zainteresowania motoryzacją i kolekcjonerstwem motoryzacyjnym. Do prasy motoryzacyjnej zaliczamy też periodyki techniczne – popularne poradniki dotyczące eksploatacji motocykli i samochodów oraz naukowe pisma techniczne omawiające problematykę konstrukcji pojazdów. Odrębną grupę czasopism motoryzacyjnych stanowią tytuły branżowe, w tym pisma związków i grup zawodowych, również tzw. pisma zakładowe oraz pisma «handlowe», których zadaniem jest dostarczenie odbiorcy motoryzacyjnej informacji handlowej. Do tej ostatniej grupy zaliczmy m.in. periodyczne katalogi giełdowe i oferty firm motoryzacyjnych”, [tł. z ang.] A. Bańdo, *The rise and evolution of Polish automotive magazines until 1939...*, s. 8.

ludzi w zorganizowane grupy pasjonatów tego wynalazku. To właśnie nowo powstające asocjacje, zrzeszające entuzjastów automobilizmu zajęły się upowszechnianiem wiedzy o motoryzacji i popularyzacją zainteresowań na jej temat. W okresie zaborów należały do nich m.in. wspomniany już Galicyjski Klub Automobilowy (Kraków 1908), Krakowski Klub Automobilowy (1913) oraz warszawskie Towarzystwo Automobilistów Królestwa Polskiego (1909), druga najstarsza tego typu organizacja na ziemiach polskich. Organizacje te miały charakter elitarny, ponieważ automobilizm zrzeszał wtedy w asocjacje przede wszystkim arystokrację i tzw. śmietankę towarzyską. W 1913 roku spośród 141 członków Towarzystwa Automobilistów Królestwa Polskiego 52 posiadało tytuły szlacheckie. W 20-leciu międzywojennym lokalne i regionalne organizacje weszły w skład Automobilklubu Polski oraz Polskiego Związku Motorowego. Oczywiście na rozwój motoryzacji wpływ miały również uwarunkowania ekonomiczne, tj. zamożność obywateli, liczba pojazdów, poziom urbanizacji czy infrastruktura drogowa kraju. Dane na ten temat znajdziemy przede wszystkim w rocznikach statystycznych. Były one wielokrotnie przytaczane, analizowane w wielu opracowaniach na temat rozwoju motoryzacji w Polsce<sup>4</sup>. Sam również powoływałem się na nie we wcześniejszych artykułach<sup>5</sup>.

Niezaprzeczalnym dowodem i ilustracją skali popularności automobilizmu były periodyki motoryzacyjne. W okresie międzywojennym ukazywało się przynajmniej 35 pism tego typu<sup>6</sup>. Pierwszym w niepodległej Polsce było krakowskie „Czasopismo Automobilowe” – miesięcznik poświęcony sprawom automobilizmu, lotnictwa i pokrewnym gałęziom wiedzy technicznej (1920)<sup>7</sup>. Jak wynika chociażby z podtytułu tego czasopisma, cechą charakterystyczną ówczesnych periodyków motoryzacyjnych było łączenie zagadnień, które z punktu widzenia współczesnego czytelnika nie mają wiele wspólnego z obecnym pojęciem motoryzacji. Określenie „motoryzacja” pojawiło się w latach trzydziestych XX wieku, ale w powszechnym obiegu zaistniało dopiero w latach powojennych. Wcześniej, na przełomie XIX i XX wieku i w okresie międzywojennym funkcjonowały odrębnie dwa terminy: automobilizm i motocyklizm. Jeszcze wcześniej używano określenia „cyklizm”, odnoszącego się do rowerów, rowerzystów. Na początku XX wieku motocyklistów nazywano „palaczami”, później „motorzystami”<sup>8</sup>. Zdaniem Wacława Koryckiego, znanego dziennikarza i eksperta od sportów motorowych „na przełomie XIX i XX w. drogi motocyklizmu i automobilizmu jakoś się nie zeszły, a na ich połączenie trzeba było czekać aż 50 lat. Automobilisci jeszcze nie myśleli o powołaniu własnej organizacji, gdy motocykliści już byli zrzeszeni

---

4 M. Łozińska, J. Łoziński, *W przedwojennej Polsce. Życie codzienne i niecodzienne*, Warszawa 2011.

5 A. Bańdo, *Polskie czasopisma motoryzacyjne do 1989 r.*, „Gospodarka Rynek Edukacja” 2015, vol. 16, nr 1, s. 5–14.

6 Na podstawie ustaleń własnych opublikowanych w: A. Bańdo, *The rise and evolution of Polish automotive magazines until 1939...*

7 Więcej na ten temat w: A. Bańdo, *Od „Gazety Automobilowej do „Czasopisma Automobilowego” – narodziny polskiej prasy motoryzacyjnej*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2018, t. 16, s. 38–49.

8 W. Korycki, *Historjki z klaksonem*, Warszawa 1985, s. 18.

w klubach... kolarskich, zapewne dlatego, że ich dwukołowe pojazdy powstawały w gruncie rzeczy z dodania silnika do roweru”<sup>9</sup>. Ewolucję znaczenia pojęcia motoryzacji poświadcza przede wszystkim zawartość tematyczna periodyków o tej problematyce, ich szeroki zakres. I tak w pismach motoryzacyjnych pojawiała się tematyka sportowa, turystyczna i lotnicza, w tym teksty, ryciny, fotografie przedstawiające nie tylko automobile i motocykle, ale również napędy okrętowe czy np. pojazdy wojskowe oraz maszyny rolnicze. Ta różnorodność zagadnień towarzyszących motoryzacji i ich wzajemne przenikanie się sprawia współczesnym badaczom wiele problemów natury typologicznej. Miałem okazję przedstawić je, w tym przykłady odmiennych stanowisk i poglądów, w jednym z artykułów<sup>10</sup>.

Szerokie pojmowanie zjawiska motoryzacji nie było wyłącznie specyfiką ówczesnych periodyków motoryzacyjnych. Podobne podejście do zagadnienia reprezentowały organizacje, stowarzyszenia i towarzystwa, które choć w nazwie nawiązywały do motoryzacji, to w swej działalności odnosiły się do niej w różnym stopniu i zakresie. Dotyczyło to głównie asocjacji sportowo-automobilowych oraz, co istotne, turystyczno-automobilowych. I tak w 1923 roku powstało w Poznaniu stowarzyszenie Automobilklub Wielkopolski, którego głównym celem było zarówno popularyzowanie sportu i turystyki motorowej, jak również podnoszenie kultury motoryzacyjnej, bezpieczeństwa ruchu drogowego oraz niesienie pomocy poszkodowanym w wypadkach komunikacyjnych. W 1925 roku z inicjatywy Ministerstwa Robót Publicznych i Automobilklubu Polski powstał w Warszawie Polski Touring Klub, mający za zadanie „popieranie turystyki polskiej we wszystkich jej formach w kraju i zagranicą”<sup>11</sup>. Pierwsze lata funkcjonowania Polskiego Touring Klubu [dalej PTK] nie należały do łatwych. Jego działalność nie spotkała się z wyczuwalnym wsparciem władz państwowych i samorządowych. Z tego też powodu PTK borykało się z problemami finansowymi, co zmusiło go do ograniczenia działań. Skoncentrowano się wyłącznie na propagandzie turystyki oraz utrzymaniu kontaktu z pokrewnymi organizacjami za granicą. Sytuacja polepszyła się diametralnie w 1928 roku, gdy prezesem PTK został generał Roman Górecki. Nie był on zresztą jedynym wojskowym i generałem w zarządzie. W 1930 roku wchodzili do niego również generał Bronisław Sikorski oraz oficerowie niższego szczebla w randze od podporucznika do majora, również osoby z tytułami naukowymi, a także adwokaci i inżynierowie. Pełny skład zarządu opublikowano w pierwszym numerze dwutygodnika „Auto i Turysta”<sup>12</sup>. Na wspomnianej liście znalazł się również Bolesław From, znany z prowadzenia w okresie

---

9 Tamże, s. 17–18.

10 A. Bańdo, *The rise and evolution of Polish automotive magazines until 1939...*, s. 7–8.

11 *Komunikat Polskiego Touring Klubu*, „Auto i Turysta” 1930, nr 1, s. 17.

12 „Skład obecnego Zarządu P. T. Klubu jest następujący: prezes — gen. dr Roman Górecki, v.-prezesi — dr Mieczysław Orłowicz, gen. dr Bronisław Sikorski, dr. Zygmunt Wasserab, skarbnik — dyr. Władysław Herlaine, zastępca skarbnika — p. Aleksander Szyndler, sekretarz — adw. Jan Malewicz, zastępca sekretarza — p. Adam Wisłocki. Członkowie Zarządu pp.: Michał Czarnota-Bojarski, Jerzy Grabiański, dyr. Henryk Kozieradzki, Wiesław Modzelewski, mjr. Piotr Rudzki, Eugenjusz Olechnowicz, Teofil Drymmer, Bolesław Altdorfer, inż. Maksymilian Dudryk, red. E. Świerczewski. Zastępcy członków Zarządu pp.: inż. Adam Tuszyński,

międzywojennym jednym z najpopularniejszych w Warszawie kursów na prawo jazdy. W 1930 roku firmował swym nazwiskiem wydane, prawdopodobnie jednorazowo, pismo „From” – niezależne czasopismo zawodowe, organ Związku Byłych Słuchaczy Kursów Samochodowych inż. Froma.

Od 1930 roku siedzibą Polskiego Touring Klubu był wydzierżawiony dawny pałacyk Bacciarellego przy ulicy Bagatela 3 w Warszawie. PTK posiadało również oddziały w Wilnie, Bydgoszczy, Poznaniu, Lwowie i Białymstoku. Planowano także dalszą ekspansję, która miała objąć ośrodki ważne z punktu widzenia rozwoju ruchu turystycznego, takie jak: Kraków, Katowice, Zakopane i Gdynia, „w których powstanie oddziałów jest konieczne ze względu na pomoc w organizacji wycieczek krajowych i zagranicznych po Polsce”<sup>13</sup>. W 1926 roku PTK został członkiem Alliance Internationale de Tourisme i Conseil Central du Tourisme International. Będąc oficjalnym reprezentantem turystyki polskiej na forum międzynarodowym, utrzymywał ożywione kontakty z zagranicznymi asocjacjami, „podając stale informacje, dotyczące dziedziny turystyki polskiej, przysyłając materiał propagandowy i informacyjny do roczników tych organizacji”<sup>14</sup>. Współorganizował rajdy samochodowe, różne przedsięwzięcia sportowe oraz turystyczno-krajoznawcze. W 1929 roku w ramach PTK utworzona została Sekcja Samochodowa. W późniejszym czasie spadkobiercami tradycji PTK stały się: Automobilklub Polski, Polski Związek Motocyklowy, a obecnie również Polski Związek Motorowy.

Na szczególną uwagę zasługuje aktywność wydawnicza PTK, wykraczająca poza periodyki. Klub, pod kierunkiem swojego wiceprezesa, Mieczysława Orłowicza, prowadził prace w dziedzinie wydawnictw propagandowych. W 1930 roku przygotowywał do druku bogato ilustrowaną broszurę w językach angielskim, francuskim i niemieckim pt. „7 dni w Polsce”<sup>15</sup>, zachęcającą do zwiedzania naszego kraju na zasadzie czeków podróży. W 1930 roku największą żywotnością wykazał się oddział wileński, który wydał broszurę propagandową w językach polskim, niemieckim i francuskim pt. „2 dni w Wilnie”<sup>16</sup>. W tym samym roku w PTK przygotowano niemieckojęzyczny „Ilustrowany przewodnik po Polsce”, pióra wspomnianego już Orłowicza oraz „Informator-Przewodnik po Warszawie na rok 1930”<sup>17</sup>. Niestety niewiele wiemy o zaangażowaniu PTK w przygotowanie wydawnictw kartograficznych. Autorowi udało się zidentyfikować jeden taki przykład. W 1933 roku nakładem PTK ukazała się mapa stanu dróg w Polsce autorstwa Zdzisława Jaworskiego<sup>18</sup>. Z pewnością nie był to pojedynczy przykład działalności wydawniczej PTK w zakresie wydawnictw kartograficznych. Potwierdzają to również wyniki analizy jednego z periodyków

---

adw. Kazimierz Watrakiewicz, inż. Juljusz Erlich, Tomicki, inż. Bolesław From, kpt. Mieczysław Wanat-Czajkowski”. Tamże.

13 Tamże.

14 Tamże.

15 Tamże.

16 Tamże.

17 Tamże.

18 Z. Jaworski, *Polski Touring Klub: sekcja samochodowa: mapa stanu dróg w Polsce na dzień 15 kwietnia 1933*, Warszawa 1933.

wydawanych przez PTK, miesięcznika „Touring”. Na jego łamach w 1937 roku ukazał się polemiczny artykuł, będący odpowiedzią na krytykę przygotowywanej przez PTK nowej mapy samochodowej. Czytamy w nim, że:

W numerze 50 „Kuriera Porannego” z dn. 19 lutego b.r. ukazała się enuncjacja zatytułowana: „Przed wydaniem nowej mapy samochodowej Touring Klubu”, w której autor, kryjący się pod inicjałami „H. Sz.”, zaatakował Polski Touring Klub z powodu opracowywanej przez Klub nowej mapy samochodowej i stanu dróg na rok 1937/8. Czego się nie zarzuca w tej enuncjacji Touring Klubowi? Przede wszystkim, że na mapie nie ma oznaczonych stacji benzynowych, hoteli, restauracji, w których nieszczęsny turysty nie otrują, garażów, stacji obsługi, warsztatów samochodowych itp. Zarzuca się dalej, że dołączone do mapy zeszłorocznej marszruty są zupełnie niepotrzebne, bowiem i bez nich i bez mapy każdy trafi z Warszawy do Poznania, Zakopanego, Lwowa, Wilna czy Gdyni. I tak dalej jeden zarzut po drugim<sup>19</sup>.

Zupełnie inaczej przedstawia się inicjatywa wydawnicza PTK obejmująca czasopisma, choć i tutaj napotykamy wiele niejasności, a właściwie błędnych informacji powielanych przede wszystkim w katalogach i bazach danych bibliotek. W toku badań udało się jednak wyjaśnić kilka kwestii, o czym w dalszej części niniejszego artykułu. Wiele jednak zagadnień pozostaje nadal niewyjaśnionych, m.in. z powodu niekompletności analizowanych tytułów prasowych.

#### Il. 1. „Auto i Turysta” 1930, nr 1.



19 S. Reszczyński, *Chybiony atak*, „Touring” 1937, nr 3, s. 1.

Na podstawie badań działalności wydawniczej PTK można jednoznacznie stwierdzić, że wydawanie czasopism promujących automobilizm było jej głównym celem. W kwietniu 1930 roku ukazał się w Warszawie pierwszy numer periodyku „Auto i Turysta” – oficjalnego organu Polskiego Touring Klubu. Jego redaktorem został Marian Osmolski, a wydawcą „Auto i Turysta” Spółka z o.o. Początkowo pismo ukazywało się dwa razy w miesiącu, każdego 1 i 15 dnia. W drugiej połowie roku zmieniła się jego częstotliwość i objętość. Prawdopodobnie od września 1930 roku (prawdopodobnie – ponieważ nie zachowały się numery 9 i 10) pismo ukazywało się co miesiąc w formie podwójnych numerów.

Zastanawiająca jest mająca miejsce w tym czasie duża rotacja na stanowisku redaktora naczelnego. Tylko na przestrzeni jednego roku „Auto i Turystę” podpisywało przynajmniej pięciu redaktorów naczelnych. Oprócz wspomnianego Mariana Osmolskiego (nr 1–4) byli nimi: Waław Gebethner (nr 5), Roman Jerzy (nr 6, 7), Ignacy Kołupajło (nr 8–13/14) oraz Edward Szner, ostatni redaktor podwójnego numeru (nr 15/16) z grudnia 1930 roku, jednocześnie ostatniego z zachowanych w polskich zasobach bibliotecznych.

## II. 2. „Auto i Turysta” – sygnowanie artykułów



Analiza zachowanych numerów „Auto i Turysty” nie pozwala jednoznacznie przypisać tego tytułu tylko do jednej grupy typologicznej. Znajdziemy w nich swoisty mix różnej tematyki z pogranicza motoryzacji, lotnictwa, sportu i turystyki, a także gospodarki. Periodyk można zaliczyć do czasopism turystycznych, ściślej do grupy turystycznych pism wyspecjalizowanych, traktujących o jednym z rodzajów turystyki czynnej, w tym przypadku automobilowej czy motocyklowej, ale to i tak nie oddaje pełnego zakresu jego problematyki. „Auto i Turysta” w dużej mierze spełnia również współczesne kryteria pisma motoryzacyjnego, zarówno w części dotyczącej

informacji o samochodach, motocyklach oraz innych pojazdach silnikowych, a także kryteria pisma sportowego, zwłaszcza w ogólnej dziedzinie sportów motorowych oraz w węższym pojęciu sportów samochodowych (automobilowych) i motocyklowych. To zróżnicowanie i podział na co najmniej trzy grupy typologiczne odzwierciedla struktura czasopisma. W dziale artykuły, który zazwyczaj otwierał każdy numer, znajdziemy publikacje zarówno z zakresu szeroko pojętej współcześnie motoryzacji i turystyki, jak również teksty o tematyce ekonomicznej czy gospodarczej. Wśród autorów dominują specjaliści reprezentujący omawiane w artykułach zagadnienia. Są to inżynierowie, przedstawiciele świata nauki oraz urzędnicy państwowi wysokiego, często ministerialnego szczebla. Ich teksty były podpisywane imieniem i nazwiskiem. Podawano również tytuły naukowe, funkcję i pełnione stanowiska, ale to nie wszystko... Teksty zapatrywane były także w fotografie przedstawiające ich autorów (przykład il. 2).

Inauguracyjny numer „Auta i Turysty” otwierały całopowierzchniowe reklamy, zajmujące dwie pierwsze strony pisma. Po nich redakcja opublikowała, w trzech językach, pozdrowienia dla „wielkiej rodziny klubów turystycznych” na całym świecie i zachęcała do odwiedzenia Polski, podkreślając przy tym atrakcyjność i niezwykłość naszego kraju<sup>20</sup>. Po tym swoistym „apelu” zamieszczono swego rodzaju deklarację programową pod wymownym tytułem „Do czego dążymy...”<sup>21</sup>, podpisaną, wydaje się nieprzypadkowo, przez Wiesława Modzelewskiego, prezesa Sekcji samochodowej PTK. Jak można się domyśleć tekst w całości poświęcony był zagadnieniu automobilizmu, jego pojęciu i znaczeniu, a także kierunkom działania sekcji samochodowej, która miała propagować to, co dziś nazywamy motoryzacją i związaną z nią problematyką motoryzacyjną:

[...] automobilizm, jako całość bardzo skomplikowana, wymaga poważnej opieki i wyraźnego doń ustosunkowania, jako do czynnika, mającego doniosłe znaczenie w dalszym naszym rozwoju kulturalnym, gospodarczym i państwowym. W porównaniu z zagranicą stawiamy w tym kierunku pierwsze kroki, kroki chwiejne i niezdecydowane, a życie nie czeka... Błędne posunięcia i brak wyraźnego programu odbija się fatalnie na rozwoju automobilizmu, doprowadza do zmarnowania zaangażowanych w samochodach kapitałów, zniechęca i rujnuje ludzi. Sprawa podatków, dróg, uzdrowienie stosunków w handlu samochodami i materiałami eksploatacyjnymi, sprawa warsztatów, garaży, uporządkowania stosunków w komunikacji autobusowej, sprawa szoferów i szkolnictwa samochodowego, sprawa materiałów pędnych, sprawa własnego przemysłu samochodowego i wiele innych zagadnień bezpośrednio lub pośrednio związanych z automobilizmem, czekają na rozwiązanie, a czekać długo nie mogą bez narażenia naszego życia gospodarczego, kulturalnego i turystycznego na poważne, może niepowetowane straty. Jednym z naczelných zadań „Auta i Turysty” będzie podnoszenie tych spraw, publikowanie odnośnych materiałów i faktów, otwieranie na te tematy dyskusji, precyzowanie wymagań i potrzeb. Każde z tych zagadnień — to rzecz, szczególnie w naszych warunkach, bardzo skomplikowana i wymagająca głębokiego, zdrowego ujęcia. Zainteresowani, t. j. właściciele samochodów

---

20 „Auto i Turysta” 1930, nr 1, s. 3.

21 Tamże, s. 4.

i motocykli, mają tu coś do powiedzenia, lecz powiedzieć będą mogli tylko wtedy, gdy będą zorganizowani, gdy szeroko pojęta samopomoc uniezależni ich od wyzysku i nieuczciwego kupca, pośrednika lub przedsiębiorcy, a poprze zdrowe jednostki, firmy i organizacje, gdy zbiorowy głos będzie miał wpływ na decyzje władz, często powierzchownie obznajomionych z nasuwającymi się problematami. Te zadania pragnie zrealizować Sekcja samochodowa Polskiego Touring Klubu. Organizację i metody pracy oparto na wzorach podobnych organizacji zagranicznych, jak ADAC niemiecki, AA angielskie i amerykańskie, Sekcje samochodowe Touring Klubów francuskiego, belgijskiego, włoskiego i innych<sup>22</sup>.

Od samego początku redakcja utrzymywała przejrzystą strukturę pisma, na którą składały się stałe działy, takie jak: Turystyka, Technika, Motocykl, Z przemysłu samochodowego oraz Sport. Niekiedy zmieniały one kolejność w poszczególnych numerach. Nazwy tych działów były graficznie wyeksponowane wielkością i charakterystycznym stylem pisma, co z pewnością nie mogło ująć uwadze czytelnika (il. 3).

### Il. 3. „Auto i Turysta” – stałe działy



W przeciwieństwie do działu głównego artykułów, które otwierały każdy numer pisma, w pozostałych dominowały raczej krótsze formy, relacje, sprawozdania z imprez samochodowych i motocyklowych, często też ciekawostki techniczne ilustrowane fotografiami i rycinami. W większości były to teksty anonimowe, ewentualnie podpisane inicjałami, rzadziej imieniem i nazwiskiem. Wyjątek stanowiły obszerniejsze formy, głównie artykuły w działach Technika i Turystyka.

Na odrębną uwagę zasługuje dział wyróżniający się, już na pierwszy rzut oka, odmienną formą graficzną, mianowicie „Komunikaty Polskiego Touring Klubu” (il. 4).

Jak sama nazwa wskazuje dział miał charakter informacyjno-organizacyjny. Zawierał więc informacje o działalności organizacji, ogłaszano w nim listy przyjętych członków, publikowano ważne komunikaty o nowych rozporządzeniach, przepisach, ale też sygnalizowano o takich zwykłych sprawach jak zniżki i udogodnienia przysługujące członkom PTK np. na hotele czy kolej. Zamieszczano też informacje o klubowych imprezach i organizowanych wycieczkach.

Znaczną część numerów „Auta i Turysty” zajmowały reklamy. Pojawiały się one dosłownie wszędzie. W tej kwestii redakcja nie kierowała się powszechnie przyjętymi zasadami. Oczywiście zamieszczano je na ostatnich stronach, ale również

<sup>22</sup> Tamże.



w każdym dziale. Mniejsze reklamy wstawiano w artykuły i inne formy tekstowe. Wiele z nich zajmowało całe strony, w tym stronę tytułową otwierającą numer pisma. W ok. 70% były to reklamy z branży motoryzacyjnej, a więc samochody, motocykle i inne pojazdy, silniki, opony, smary, oleje i temu podobne akcesoria. Na łamach „Auto i Turysty” reklamowały się zarówno polskie, jak i zagraniczne firmy, w tym znani do dziś światowi giganci branży motoryzacyjnej, tacy jak np. Shell, Dunlop, Good Year czy General Motors. Swoje reklamy zamieszczały też firmy ubezpieczeniowe. W formie całostronicowych ilustracji publikowano również grafikę i fotografie na różne tematy. Mogło to być np. poradnictwo w formie grafiki wyglądającej jak reklama firmy produkującej denaturat czy zdjęcie z popularnych w owym czasie konkursów piękności automobilów (il. 5).

Il. 4. „Auto i Turysta” – dział „Komunikaty Polskiego Touring Klubu



Il. 5. „Auto i Turysta” – całostronicowe reklamy



Redakcja mogła sobie na to pozwolić, ponieważ „Auto i Turysta”, z uwagi na obszerną objętość, dysponowało dużą powierzchnią reklamową. Co prawda pierwszy numer czasopisma zamykał się w 20 stronach, ale już numer siódmy osiągnął ich aż 39. W drugiej połowie 1930 roku w podobnej objętości ukazywały się podwójne numery pisma. Niestety następne roczniki „Auta i Turysty” z lat 1931–1933 zachowały się w stanie szczątkowym, rozproszone głównie w warszawskich bibliotekach. Kilka egzemplarzy znajduje się we Lwowie. Ostatni zarejestrowany egzemplarz oznaczony jest numerem 33 i pochodzi z 1933 roku.

PTK wydawał również „Biuletyn Polskiego Touring Klubu”, pismo nieregularne, powiązane z „Autem i Turystą”. Możliwie, że był to dodatek do oficjalnego organu PTK. Zachowały się jedynie cztery numery z 1932 roku, rozproszone w bibliotekach warszawskich i we Lwowie. O biuletynie wspomina również cytowany już W. Korycki: „«Biuletyn Polskiego Touring Klubu» i wiele innych, które często istniały kilkanaście miesięcy, a później plajtowały, by się odrodzić pod innym tytułem i kierownictwem [...]”<sup>23</sup>. Tym samym potwierdza to wcześniejsze spostrzeżenia wynikające z analizy czasopism PTK i dotyczy również następnego periodyku.

Il. 6. „Turysta i Auto” – zmiana szaty graficznej (dominowały wersje kolorystyczne: zielony, czerwony, czarny)



Następcą „Auta i Turysty” został „Turysta i Auto”: oficjalny organ Polskiego Touring Klubu, pismo miesięczne, ilustrowane. Jego pierwszy numer ukazał się w Warszawie 15 września 1933 roku pod red. Kazimierza Mariana Kałczyńskiego. Można się domyśleć, że zmiana tytułu nastąpiła z przyczyn, które wymieniłem już wcześniej, ale to nie wszystko. Wyniki analizy pisma potwierdziły również, że wyeksponowanie w tytule na pierwszym miejscu słowa „turysta”, a dopiero na drugim słowa „auto” miało zaszygalizować zwrot redakcji w kierunku tematyki turystycznej i tym samym zmianę

23 W. Korycki, *Historyjki...*, s. 90.

profilu pisma. Znalazło to również potwierdzenie w deklaracji redakcji, opublikowanej w pierwszym numerze. Podkreśla się w niej rolę i znaczenie środków komunikacji, zwłaszcza ich wpływ na rozwój turystyki. Uwypuklono również ich wagę „nie tylko z punktu widzenia społecznego i kulturalnego, lecz również narodowego, a nawet państwowego”<sup>24</sup>. W deklaracji czytamy również, że „Turysta i Auto” jako oficjalny organ PTK „przejmie na siebie wszystkie zadania tego klubu, którego działalność, zwłaszcza w latach ostatnich, szła wytrwale po linii celowego rozwoju turystyki, zwłaszcza krajowej, tak ważnej dla młodego organizmu państwowego, jakim jest Polska [...]”<sup>25</sup>. Jak wynika z powyższego, zmiana tytułu nie była wyłącznie „kosmetyczna”. Nowemu profilowi następcy „Auta i Turysty”, w związku ze zmianą profilu tematycznego, nadano również nową strukturę i jakość. Według niej „Turysta i Auto” miał przynosić w każdym numerze, zgodnie z życzeniami członków PTK, artykuły i felietony najlepszych polskich piór, omawiające aktualne zagadnienia turystyczne oraz sprawy krajoznawcze, ruch samochodowy, nowele najświetniejszych pisarzy, informacje o ruchu turystycznym w kraju i za granicą, korespondencje członków PTK, rubrykę „Dobre wychowanie”, humor, wiadomości radiowe, skrzynkę fotografa amatora, kącik brydżowy, rozrywki umysłowe, wiadomości klubowe oraz repertuar teatralny<sup>26</sup>. Ambicją redakcji było również podniesienie poziomu graficznego pisma:

„Turysta i Auto” dążyć będzie stale do ulepszenia szaty zewnętrznej wydawnictwa, która już dziś stoi na wysokim poziomie. Specjalny nacisk położony zostanie na dobór ciekawych i pięknych fotografii. W tym celu, pragnąc obok najlepszych zawodowców, z którymi „Turysta i Auto” zawarł umowy, zapewnić sobie współpracownictwo amatorów spośród P.T. czytelniczek i czytelników, już w pierwszym numerze ogłaszamy konkurs fotograficzny z licznymi nagrodami [...]”<sup>27</sup>.

Analiza zawartości treściowej „Auta i Turysty” potwierdziła przewagę tematyki turystycznej, w tym turystyki automobilowej. Widać to zarówno w dziale artykułów, jak i obszernych sprawozdań z wycieczek, które zostały obficie okraszone amatorskimi fotografiami. Uwagę zwracają również materiały reklamowe, podobnie jak u poprzednika często zajmujące nawet całe stronicę. Wśród nich wyróżniają się szczególnie reklamy firmy Dunlop. W jednym z komunikatów opublikowanych na łamach „Turysty i Auta” czytamy, że „Zarząd Sekcji Samochodowej Polskiego Touring Klubu zawarł z firmą «Anpolgum», posiadającą generalne przedstawicielstwo na Polskę opon «Dunlop», umowę, dotyczącą sprzedaży opon i dętek wyżej wymienionej marki członkom Sekcji Samochodowej P.T.Klubu, przy ustalonym, wszędzie i dla wszystkich jednakowym rabacie”<sup>28</sup>. Należy jednak zaznaczyć, że w „Turystyce i Aucie” nie było reklam związanych z branżą motoryzacyjną. W zachowanych numerach spotykamy reklamy firm meblarskich, zakładu wapiennego, reklamy kosmetyków, zakładów

24 *Od redakcji*, „Turysta i Auto” 1933, nr 1, s. 1.

25 Tamże.

26 Tamże.

27 Tamże.

28 *Wiadomości klubowe*, tamże, s. 20.

cukierniczych czy dystrybutora amerykańskich piór wiecznych. Materiały reklamowe w tym numerze, liczącym 23 strony, zajmowały około 6 stron, tj. prawie 25% całej powierzchni miesięcznika. Dodam, że w następnych latach objętość numerów osiągała przeciętnie ok. 16 stron, a treści reklamowe zajmowały niekiedy aż 30% objętości. „Turysta i Auto” ukazywał się trzy lata. Ostatni zachowany egzemplarz (nr 5) pochodzi z maja 1935 roku.

Il. 7. „Touring” 1939, nr 4.



W styczniu 1936 roku ukazuje się „Touring”: organ Polskiego Touring Klubu. Miesięcznik wychodził w Warszawie pod redakcją Józefa Michalikowskiego. Wydawano go regularnie do lipca 1939 roku<sup>29</sup>. Należy podkreślić, że „Touring” nie był kontynuacją „Turysty i Auto”, jak to podają główne źródła, w tym katalogi biblioteczne i Centralny Katalog Czasopism Polskich. Owszem „Touring” był kontynuacją, ale wspomnianego już „Biuletynu Polskiego Touring Klubu” z 1932 roku. Znajduje to zresztą potwierdzenie w informacji opublikowanej na łamach pierwszego numeru tego pisma, w którym czytamy:

Przed trzema laty zostało zawieszono nasze klubowe wydawnictwo p. n. „Biuletyn Polskiego Touring Klubu”. Przez ten okres czasu, aż do kwietnia r. b. posługiwaliśmy się dla informowania PP. Członków o bieżących sprawach i pracach Zarządu w dziedzinie motoryzacji, automobilizmu i turystyki miesięcznikiem „Turysta i Auto”. Wobec jednak wzmoczenia działalności Polskiego Touring Klubu i jego poszczególnych Sekcji, uznaliśmy za konieczne wznowić wydawanie własnego organu, w którym poza zamieszczaniem wszelkiego rodzaju komunikatów, omawiać również będziemy zagadnienia, dotyczące bezpośrednio naszej działalności<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> Z lipca 1939 r. pochodzi ostatni zachowany numer tego pisma.

<sup>30</sup> Tekst podpisany przez Polski Touring Klub. Zarząd Główny. „Touring” 1936, nr 1 [brak oznaczenia strony].

„Touring”, podobnie jak jego poprzednicy, balansował między tematyką turystyczną a motoryzacyjną, kładąc główny nacisk na turystykę automobilową. W cytowanym już słowie Zarządu Głównego PTK czytamy, m.in.:

[...] zwracamy się do naszych Czytelników i Sympatyków Klubu z prośbą, aby przez nadsyłanie Swych uwag i interesujących ogół notatek w zakresie turystyki w ogóle a motoryzacji w szczególności poprali własne wydawnictwo klubowe i nawiązali z nim jak najściślejszy kontakt<sup>31</sup>.

W tym miejscu zwracam szczególną uwagę na pojawienie się określenia „motoryzacja”, którym zastąpiono stosowane wcześniej słowo „automobilizm”, co potwierdza moje wcześniejsze wyjaśnienia w niniejszym tekście na temat pojęcia motoryzacji w świetle problemów natury typologicznej prezentowanych tytułów PTK. I jeszcze jedno, odnośnie do przeplatania się zagadnień turystycznych i motoryzacyjnych... W inauguracyjnym numerze czasopisma „Touring” pierwszy artykuł poświęcony jest tematyce turystycznej, a drugi, jakby dla zachowania równowagi, dotyczy motoryzacji<sup>32</sup>. W obszernych numerach miesięcznika „Touring”, dochodzących do 38 stron w 1937 roku nie było wyraźnego podziału, jak w przypadku „Turysty i Auta”. Jego struktura była mało wyrazista, a nazwy działów rzadziej i mniej eksponowane graficznie. Główny zręb stanowiły artykuły, które poprzedzone całostronicowymi reklamami otwierały każdy numer. Po nich publikowano „Komunikaty oficjalne Polskiego Touring Klubu” oraz kroniki, np. „Kronikę turystyczną i samochodową” czy „Kronikę krajową i zagraniczną”. Numery zamykały „Czasopisma nadesłane” oraz ponownie reklamy. Te ostatnie pojawiały się dosłownie wszędzie wewnątrz numerów, między artykułami również. Uwagę zwracają wysokiej jakości fotografie, w które zaopatrywano niemal każdy artykuł, sprawozdania, w mniejszej ilości zamieszczano rysunki. Z pewnością pod względem graficznym pismo stało na wysokim poziomie. Wraz z czasopismem „Touring” wychodził niesamoistny dodatek w języku francuskim „Orange Official du Touring Club Polonais”. Posiadał wspólną z głównym numerem „Touring” numerację, datowanie i paginację. Z pewnością „Touring” zasługuje na dokładniejszą i obszerniejszą analizę prasoznawczą, której wyników nie mogłem przedstawić w niniejszym artykule z powodu ograniczeń redakcyjnych.

## Bibliografia

Bańdo A., *Od „Gazety Automobilowej do „Czasopisma Automobilowego” – narodziny polskiej prasy motoryzacyjnej*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2018, t. 16, s. 38–49.

---

31 Tamże.

32 M. Orłowicz, *Rola Polskiego Touring Klubu w turystyce krajowej i międzynarodowej*, „Touring” 1936, nr 1, s. 2; K. Studziński, *Nowe dążenia w budownictwie samochodów*, tamże, s. 3–6.

- Bańdo A., *Polskie czasopisma motoryzacyjne do 1989 r.*, „Gospodarka Rynek Edukacja” 2015, vol. 16, nr 1, s. 5–14.
- Bańdo A., *The rise and evolution of Polish automotive magazines until 1939*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2019, t. XXII, z. 4 (56), s. 5–18.
- Bogunia-Paczyński A., *Samochody, wyścigowcy, automobilierzy, albo diabły i diabllice w daimlerowskich landach. Początki zrzeszonego automobilizmu w Krakowie (1908–1914)*, Kraków 1998.
- Gaweł R., *Automobilizm galicyjski*, „Galicja. Studia i materiały” 2020, nr 6, s. 348–373.
- Historia zrzeszonego automobilizmu. Krakowski Klub Automobilowy*, „Auto” 1938, nr 12, s. 645.
- Korycki W., *Historyjki z klaksonem*, Warszawa 1985.
- Kurek A., *Na tropach galicyjskiej turystyki motorowej*, „Folia Turistica” 2008, nr 19, s. 91–113.
- Kurek A., *Od przejażdżek automobilami do turystyki: zarys dziejów turystyki samochodowej w Galicji do 1914 roku*, „Folia Turistica” 2010, nr 23, s. 135–152.
- Kurek A., *Początki turystyki motorowej na tle rozwoju automobilizmu w Galicji do 1907 roku – w świetle źródeł prasowych*, [w:] *Szkice z dziejów turystyki w Polsce (1887–2007)*, red. S. Zaborniak, P. Król, Rzeszów 2008, s. 24–42.
- Łozińska M., Łoziński J., *W przedwojennej Polsce. Życie codzienne i niecodzienne*, Warszawa 2011.
- Rostocki A. M., Tarczyński J., *Automobilizm w Warszawie do roku 1939*, Warszawa 1988.

## Publishing house of the Polish Touring Club in the years 1930–1939

### Abstract

The article is devoted to four periodicals: “Auto i Turysta,” “Turysta i Auto,” “Biuletyn Polskiego Touring Klubu” and “Touring,” published in 1930–1939 by the Polish Touring Klub (PTK). It expands and supplements the research on the development of Polish automotive magazines from their creation, which was 1911, to the end of the interwar period. Its results were presented in the author’s previous publications. This text also shows the mutual relations between the two main issues addressed in those magazines, namely tourism and the automotive industry. The publication also contains information on PTK’s publishing activity beyond the aforementioned press titles.

Keywords: history of the press, Polish press, Poland in the 20<sup>th</sup> century, automotive magazines, tourism magazines, Polish Touring Klub.