

**Książka
na łamach
wybranych
czasopism
w Polsce
u progu
XXI wieku**



WYDAWNICTWA
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

Magdalena Przybysz-Stawska

**Książka
na łamach
wybranych
czasopism
w Polsce
u progu
XXI wieku**

 WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

ŁÓDŹ 2013

Magdalena Przybysz-Stawska – Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki Naukowej
Uniwersytet Łódzki, 90-237 Łódź, ul. Matejki 34a

RECENZENT

Oskar Stanisław Czarnik

REDAKTOR WYDAWNICTWA UŁ

Ewa Siwińska

SKŁAD I ŁAMANIE

Leonora Wojciechowska

PROJEKT OKŁADKI

Barbara Grzejszczak

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. 6079/2013

ISBN (wersja papierowa) 978-83-7525-817-2

ISBN (ebook) 978-83-7969-606-2

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

Moim Najbliższym

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
Rozdział 1. Rynek książki i prasy w Polsce w latach 1989–2005	23
1.1. Rynek książki. Charakterystyka ogólna	23
1.2. Rynek prasy. Głównie tendencje rozwojowe	35
Rozdział 2. Prasa opinii	45
2.1. Prasa opinii. Krótka charakterystyka	45
2.2. „Polityka”: pismo pokoleń	49
2.2.1. Pół wieku „Polityki”: historia czasopisma	49
2.2.2. Zawartość, akcje i czytelnicy	58
2.2.3. <i>Ciało jedno, a myśli tysiące</i> : książka na łamach pisma	61
2.2.3.1. <i>Tkanie słów</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	62
2.2.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	78
2.2.3.2. <i>Napiszę, jak się napatrzę</i> : wywiady	84
2.2.3.3. <i>Warto czytać</i> : reklamy książek	88
2.2.3.4. <i>Łańcuch książkowo-pokarmowy</i> : inne formy informacji o książce ...	100
2.2.3.4.1. <i>Dojść do stosu, nie dalej</i> : sylwetki/portrety	100
2.2.3.4.2. <i>Spotkanie z literaturą</i> : teksty poświęcone książce i ryn- kowi wydawniczo-księgarskiemu	103
2.2.3.4.3. <i>Napisz książkę i odnieś sukces!</i> : konkursy i akcje	111
2.2.4. <i>Kup gadżetę!</i> Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	120
2.3. „Wprost” górą!	126
2.3.1. Z Poznania do Warszawy: historia czasopisma	126
2.3.2. Zawartość, akcje i czytelnicy	136
2.3.3. <i>Czytam, więc jestem</i> : książka na łamach pisma	140
2.3.3.1. <i>Celna lektura</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	142
2.3.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	160
2.3.3.2. <i>Dyskretny urok historyjek</i> : wywiady	167
2.3.3.3. <i>Supersensacja</i> : reklamy książek	168
2.3.3.4. <i>Literatura dopisana</i> : inne formy informacji o książce	181
2.3.3.4.1. <i>Nie gasić światła</i> : sylwetki/portrety	182
2.3.3.4.2. <i>Arcydzieła nijakości</i> : teksty, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	184
2.3.4.3. <i>Pionierzy nowej epoki</i> : konkursy i akcje	198
2.3.4. <i>Gazeta w niebezpieczeństwie</i> : inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	203
2.4. „NEWSWEEK POLSKA” – najlepsze medium	210
2.4.1. Historia pod tytułem „Newsweek”	210
2.4.2. Zawartość, akcje i czytelnicy	220

2.4.3. <i>Fabrykanci</i> bestsellerów: książka na łamach pisma	226
2.4.3.1. <i>Muskając literaturę</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	229
2.4.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	239
2.4.3.2. <i>Tajny przepis na sukces</i> : wywiady	245
2.4.3.3. <i>Czas na dobrą książkę</i> : reklamy książek	247
2.4.3.4. <i>Arcydzieła idą w hurcie</i> : inne formy informacji o książce	259
2.4.3.4.1. <i>Mgnienie wieczności</i> : sylwetki/portrety	260
2.4.3.4.2. <i>Lekarstwo dla duszy</i> : teksty, poświęcone książce i rynko- wi wydawniczo-księgarskiemu	263
2.4.3.4.3. <i>Nasze skarby, nasze bliźni</i> : konkursy i akcje	279
2.4.4. <i>Lepsza twarz mediów</i> . Inne informacje: o prasie i środowisku dzien- nikarskim	284
2.5. „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”: <i>więcej opinii</i> – wnioski porównawcze ..	291
Rozdział 3. Prasa kobieca	299
3.1. Prasa kobieca. Krótka charakterystyka	299
3.2. „Zwierciadło” w moim życiu	304
3.2.1. <i>Spójrz w siebie</i> : historia periodyku	304
3.2.2. Zawartość, akcje, czytelnicy	309
3.2.3. <i>Miłość, zazdrość, literatura</i> : książka na łamach pisma	313
3.2.3.1. <i>Nici światła między nami</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	315
3.2.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	326
3.2.3.2. <i>Czarownik swojego plemienia</i> : wywiady	334
3.2.3.3. <i>Twoja książka, Twoja wiedza</i> : reklamy książek	338
3.2.3.4. <i>Tę książkę warto znać</i> : inne formy informacji o książce	346
3.2.3.4.1. <i>On rysuje jej sny</i> : sylwetki/portrety	346
3.2.3.4.2. <i>Warto było chcieć</i> : teksty, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	349
3.2.3.4.3. <i>Kolory czasu</i> : konkursy i akcje	353
3.2.4. <i>Dowód artystycznej osobowości</i> . Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	363
3.3. „Twój Styl”: <i>luksus dostępny dla wszystkich</i>	370
3.3.1. <i>Styl na lata</i> : historia periodyku	370
3.3.2. Zawartość, akcje, czytelnicy	380
3.3.3. <i>Róża jest różą jest różą jest...</i> : książka na łamach pisma	385
3.3.3.1. <i>Eliksir pisania</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	387
3.3.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	393
3.3.3.2. <i>Łagodnieję z biegiem lat</i> : wywiady	398
3.3.3.3. <i>Przeczytaj koniecznie!</i> : reklamy książek	401
3.3.3.4. <i>Kto kupi buty dla noblistki?</i> : inne formy informacji o książce	406
3.3.3.4.1. <i>Książę i róża</i> : sylwetki/portrety	407
3.3.3.4.2. <i>Bez pouczania</i> : teksty, poświęcone książce i rynkowi wy- dawniczo-księgarskiemu	409
3.3.3.4.3. <i>Książka w prezencie!</i> Konkursy i akcje	417
3.3.4. <i>Jadę tam, gdzie wojna</i> . Inne informacje: o prasie i środowisku dzien- nikarskim	420
3.4. „Elle”. <i>Rzeczywistość lukrowana</i>	427
3.4.1. <i>Mój wybór, moje „Elle”</i> : historia periodyku	427
3.4.2. Zawartość, akcje, czytelnicy	432

3.4.3. <i>Przeczytaj</i> : książka na łamach pisma	437
3.4.3.1. <i>Do czytania, i oglądania</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	439
3.4.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	446
3.4.3.2. <i>Gonię kanarka na dachu</i> : wywiady	453
3.4.3.3. <i>Książka potrzebna czytelnikom</i> : reklamy książek	455
3.4.3.4. <i>Poezja dnia codziennego</i> : inne formy informacji o książce	460
3.4.3.4.1. Konkursy i akcje	461
3.4.4. <i>Gazeta jak rolls-royce</i> . Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	464
3.5. <i>Po stronie kobiet</i> : „Zwierciadło”, „Twój Styl”, „Elle” a książka – wnioski porównawcze	468
Rozdział 4. Prasa młodzieżowa	479
4.1. Prasa młodzieżowa. Krótka charakterystyka	479
4.2. „Filipinka”: <i>Tylko dla dziewcząt</i>	487
4.2.1. <i>Była sobie Filipinka</i> : historia czasopisma	487
4.2.2. Zawartość, czytelnicy, akcje	494
4.2.3. <i>Ile w Tobie z Bridget Jones?</i> : książka na łamach pisma	497
4.2.3.1. <i>Czytasz i w lot chwytasz</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	501
4.2.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	511
4.2.3.2. <i>Jagodowa tajemnica</i> : wywiady	517
4.2.3.3. <i>Super książka!</i> : reklamy książek	520
4.2.3.4. <i>Czego uczysz się od Harry’ego Pottera?</i> : inne formy informacji o książce	526
4.2.3.4.1. <i>Pani z Bullerbyn</i> : sylwetki/portrety	526
4.2.3.4.2. <i>Teraz manga</i> : teksty poświęcone książce	529
4.2.3.4.3. <i>Wygraj książkę</i> : konkursy i akcje	532
4.2.4. <i>Gazety na medal</i> . Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	539
4.3. „Dziewczyna”: <i>Jest wspianała!</i>	541
4.3.1. <i>Dziewczyna taka jak Ty</i> : historia czasopisma	541
4.3.2. Zawartość, czytelnicy, akcje	547
4.3.3. <i>Batman zamiast Sienkiewicza</i> : książka na łamach pisma	552
4.3.3.1. <i>Proste życie</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	555
4.3.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	561
4.3.3.2. <i>Tylko dla niegrzecznych...</i> : reklamy książek	569
4.3.3.3. <i>Wiedźmin czy Winicjusz?</i> : inne formy informacji o książce	572
4.3.3.3.1. <i>Nasi herosi</i> : sylwetki/portrety	573
4.3.3.3.2. <i>Pod kolor</i> : konkursy i akcje	575
4.3.4. <i>Odpowiedź jest bliżej niż myślisz</i> [pis oryg.]. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	580
4.4. „Cogito. Szkoła. Matura. Studia. Życie”	585
4.4.1. <i>Pomyśleli, zaistnieli</i> : historia czasopisma	585
4.4.2. Zawartość, akcje, czytelnicy	591
4.4.3. <i>Jak wydać powieść?</i> : książka na łamach pisma	594
4.4.3.1. <i>Znajdź czas na bestseller</i> : miejsce recenzji w układzie pisma	597
4.4.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady	602
4.4.3.2. <i>Mam pogodne usposobienie</i> : wywiady	608
4.4.3.3. <i>Idealny prezent</i> : reklamy książek	612
4.4.3.4. <i>Spotkaj swego pisarza</i> : inne formy informacji o książce	618

4.4.3.4.1. <i>Wokół książki</i> : teksty poświęcone książce	619
4.4.3.4.2. <i>Zapamiętaj, co przeżyłeś</i> : konkursy i akcje	623
4.4.4. <i>Grunt to dobry pomysł</i> . Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim	630
4.5. <i>Przepis na prasę dla młodzieży</i> : „Filipinka”, „Dziewczyna”, „Cogito” – wnioski porównawcze	634
 Rozdział 5. <i>...aby nie ucichł szelest przewracanych kartek...</i> : porównanie omówionych czasopism	643
5.1. <i>Książka dla wszystkich?</i> : recenzje, omówienia, streszczenia	651
5.2. <i>Warto czytać</i> : reklamy książek	664
5.3. <i>Autor pisze na własną odpowiedzialność</i> : wywiady	666
 Zakończenie	669
 Bibliografia	675
 Indeks osobowy	685
 Wykaz aneksów	707
 Wykaz tabel	709
 Wykaz zdjęć	713
 Od Redakcji	719

WSTĘP

Książka towarzyszy człowiekowi myślącemu
na wszystkich etapach jego rozwoju duchowego.

Karol Głombiowski¹

Wypowiedziane w 1973 r. przez Karola Głombiowskiego słowa we współczesnym świecie zdają się odnosić do coraz bardziej kurczącej się grupy osób, wobec większości zaś wydają się pozostawać już tylko pobożnym życzeniem. Wieszczony od lat koniec słowa drukowanego ma, niestety, swoje podstawy. Można powiedzieć, że tak jak dawniej z niecierpliwością oczekiwano na nową książkę znanego i cenionego pisarza, a jej premiera była nierzadko wielkim wydarzeniem kulturalnym, tak dziś znaczna część społeczeństwa oczekuje w napięciu na nowy model samochodu, kosmetyk „na miarę XXI wieku” czy na zapowiadaną grę komputerową. Czytelnictwo książek każdego roku jest coraz niższe², a jeżeli odnotowywany jest niewielki jego wzrost, to dzieje się tak głównie za sprawą jednego bestsellera, który na krótką chwilę jednoczy nie tylko stałych sympatyków książki, ale i przypadkowych, sporadycznych odbiorców. Dzisiejsze media, szczególnie Internet, dają szereg możliwości, które odpowiadają wielu współczesnym ludziom znacznie bardziej niż tradycyjna książka. Jednocześnie triumfy święci kultura masowa i wyłaniające się z niej nowe „autorytety”: zwycięzcy kolejnych edycji telewizyjnych *reality show* zdają się odpowiadać gustom większości społeczeństwa.

Dlaczego tak się dzieje? Wszak w dziejach literatury bywały (nieraz) chwile, gdy odgrywała ona znaczącą rolę, jak choćby w XIX w., pełniąc

¹ K. Głombiowski, *Nauka o książce nauką o człowieku*, „Studia o Książce” 1973, nr 4, s. 29–30.

² Jednym z nielicznych wyjątków był 1992 r., kiedy odnotowano 10-procentowy wzrost czytelnictwa w porównaniu z 1985 r. Zob. G. Straus, K. Wolff, *Polacy i książki. Społeczna sytuacja książki w Polsce 1992*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 1996, s. 158. Badania nad czytelnictwem w Polsce prowadzone są m.in. przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej.

funkcję patriotyczną, czy w okresie PRL, kiedy wbrew zakazom władz nie brakowało ludzi, którzy drukowali w podziemiu wydawniczym zakazane przez reżim książki. Czy spadek jej znaczenia wypływa wyłącznie z faktu, że zmieniła się sytuacja polityczna, a wolność, także słowa, nie wymaga już ofiar? Czyżby zatem, paradoksalnie, poprawa warunków życia spowodowała, że książki tak dawniej poszukiwane, dziś są coraz częściej zapomniane? Łatwość dostępu do wielorakich dóbr zastąpiła niegdysiejsze potrzeby w zakresie literatury, a współczesny świat, oferujący tyle innych przyjemności, stworzył sytuację, w której „łatwiej niektórym książkę napisać, niż drugim ją przeczytać” (Alojzy F. Żółkowski).

Jednakże otuchą napawa fakt, iż książka nadal ma swoich sprzymierzeńców i wielbicieli, którzy, pomimo niesprzyjających warunków, starają się ocalić ją od zapomnienia. Różne akcje zarówno w skali światowej, jak i obserwowane na polskim rynku pozwalają żywić nadzieję, że owe apokaliptyczne wizje końca książki są, być może, nieco przesadzone.

Dbają o to nie tylko czytelnicy, tworząc na przykład kluby książek, ale także wydawcy, inwestując w promocję swojej oferty. Na kwestię reklamy, a szerzej: marketingu na rynku książki, zwracają też uwagę badacze, podkreślając niejednokrotnie, że zarówno literaturze polskiej, jak i książce potrzebna jest promocja. Jest ona szczególnie ważna u progu XXI w., gdy

rzeczywistość na rynku książki to nadmiar podaży nad popytem, brak kapitału, wysokie ceny książek oraz gwałtownie i systematycznie malejący wzrost sprzedaży. Z jednej strony konsument jest świadkiem sprzedaży książek na kilogramy w supermarketach, z drugiej strony księgarze oczekują, że motywacja wewnętrzna klienta oraz uśmiech sprzedawcy to wystarczające elementy polityki marketingowej³.

W upowszechnianiu informacji o książce niebagatelną rolę może odgrywać prasa. Jej związki z książką znane są od dawna. O recenzji literackiej, także tej zamieszczanej w prasie, pisał m.in. Juliusz W. Gomulicki⁴, krytyce literackiej poświęcili swoje badania również Elżbieta Sarnowska-Temeriusz i Teresa Kostkiewiczowa⁵. Z kolei na znaczenie ogłoszeń wydawniczych, zamieszczanych na łamach wybranych periodyków, zwracali uwagę tacy badacze jak na przykład Jadwiga Czarkowska⁶, Danuta Hombek⁷, Iwona

³ M. Świtała, *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2005, s. [13].

⁴ J. W. Gomulicki, *Dwieście lat recenzji literackiej*, „Nowe Książki” 1959, nr 24, s.1474–1489.

⁵ E. Sarnowska-Temeriusz, T. Kostkiewiczowa, *Krytyka literacka w Polsce w XVI i XVII wieku oraz w epoce oświecenia*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1990.

⁶ J. Czarkowska, *Reklama książki od poczęcia*, „Wydawca” 1994, nr 10, s. 32.

⁷ Zob. np. D. Hombek, *Reklama wydawnicza i księgarska w „Gazecie Warszawskiej” w latach 1764–1795*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, Kielce 1988.

Imańska⁸, Artur Pilak⁹, Józef Szczepaniec i Zdzisław Staniszewski¹⁰. Z kolei rolę powieści odcinkowych, drukowanych w prasie, podkreślali m.in. Oskar St. Czarnik¹¹ oraz Jerzy Jastrzębski¹². Na znaczenie prasy w krzewieniu literatury, popularyzowaniu książki wskazywali również Marek Burczyk¹³, Elżbieta Kwade¹⁴, Joanna Pyszny¹⁵, Janusz Termer¹⁶ oraz Katarzyna Wodniak¹⁷.

Jakkolwiek zagadnienia związane z popularyzacją książki na łamach prasy bywały zatem niejednokrotnie przedmiotem opracowań, to jednak nadal problematyka ta wydaje się w znacznym stopniu nie opisana. Szczególnie współczesne czasopiśmiennictwo pozostaje zbadane pod tym kątem zaledwie w niewielkim stopniu. Niezwykle cenna analiza, dokonana przez wspomnianą K. Wodniak, dotyczy jedynie wybranych periodyków kobiecych, większość zaś pozostałych prac odnosi się do prasy dawnej, szczególnie z okresu lat 60. i 70. XX w., kiedy zagadnienia upowszechniania literatury na łamach wysokonakładowej, Nieliterackiej prasy były przedmiotem ożywionej dyskusji w środowisku badaczy¹⁸. Analiza informacji o literaturze, zamieszczanych na łamach prasy współczesnej, wydaje się zatem w pełni uzasadniona. Stąd przedmiotem niniejszej rozprawy stało się badanie rozmaitych form obecności książki, które odnaleźć można w wybranych polskich czasopismach, dostępnych na rynku prasowym na początku XXI w.

⁸ I. Imańska, *Ruch wydawniczo-księgarski w świetle ogłoszeń prasowych w „Kurierze Polskim” (1729–1760)*, [w:] *W kręgu prasy: przeszłość – teraźniejszość – przyszłość*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 1999, s. 9.

⁹ A. Pilak, *Prasowe ogłoszenia księgarskie jako źródło do dziejów książki (na podstawie ogłoszeń prasowych z pierwszej połowy XIX w.)*, „*Studia o Książce*” 1976, t. 6, s. 70.

¹⁰ Z. Staniszewski, J. Szczepaniec, *Ogłoszenia prasowe jako źródło wiedzy o książce w Polsce wieku XVIII*, „*Ze Skarbca Kultury*” 1960, z. 1, s. 165–186.

¹¹ O. St. Czarnik, *Proza artystyczna a prasa codzienna (1918–1926)*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław i in. 1982, s. 14–16.

¹² M.in. J. Jastrzębski, *Powieść odcinkowa*, [w:] *Słownik literatury popularnej*, red. T. Żab-ski, Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław 1997, s. 326

¹³ M. Burczyk, *Prasa a sprawy książki. Niby sporo, a tak niewiele*, „*Przegląd Księgarski i Wydawniczy*” 1972, nr 16, s. 10.

¹⁴ E. Kwade, *Rola magazynów prasowych w komunikacji literackiej*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1981.

¹⁵ J. Pyszny, „*Czytać albo nie czytać...*”. *Informacje o literaturze i życiu literackim w popularnych magazynach ilustrowanych w latach 1967–1971*, Wydawnictwo UW, Wrocław 1991.

¹⁶ J. Termer, *Codziennie sprawy literatury*, „*Współczesność*” 1968, nr 20, s. 5; nr 21, s. 7; *Popularyzacja literatury w niektórych tygodnikach ilustrowanych*, „*Biuletyn Zarządu Głównego RSW „Prasa”* 1969, nr 123, s. 47–54.

¹⁷ K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki. Treści literackie w czasopi-smach: „Przyjaciółka”, „Twój Styl”, „Cienie i Blaski”*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2004.

¹⁸ J. Pyszny, „*Czytać...*”, s. [3].

Cezura czasowa pracy obejmuje lata 2001–2005. Data początkowa stanowi jednocześnie początek nowego stulecia, zaś górna granica zamyka okres pięciu lat, tworząc pewien zamknięty przedział chronologiczny. Jest to okres ważny zarówno dla wydawniczo-księgarskiego, jak i prasowego rynku w Polsce, pomimo że od najważniejszych zmian, jakie się na nich dokonały, minęło 10 lat. Przeobrażenia, jakim podlegały sektory związane z książką i prasą, zostały dokładniej opisane w rozdziale 1, w tym miejscu jednakże należy przypomnieć, że punktem przełomowym, który stał się początkiem tak istotnych zmian, był rok 1989. Transformacja ustrojowa, która się wówczas rozpoczęła się w Polsce, wpłynęła na zmiany we wszystkich niemal dziedzinach życia. Nie ominęła również rynku wydawniczo-księgarskiego i prasowego. Znaczenie przeobrażeń, które stały się ich udziałem, należy rozpatrywać w kontekście warunków, w jakich funkcjonowały w okresie PRL.

Poczynając od 1945 r., do końca lat 80. XX w., ruch wydawniczy podlegał niemalże absolutnej kontroli państwa. Książka, podobnie jak prasa, została uznana przez władze komunistyczne za środek pierwszej potrzeby, potrzeby propagandowej, za istotne narzędzie ideologiczne, mające służyć partii. Cenzura, nacjonalizacja przemysłu poligraficznego i papierniczego, centralizacja przydziału papieru gazetowego i drukarskiego powodowały, że stworzony został rodzaj monolitu, w którym decyzje dotyczące książki na wszystkich etapach jej powstawania i rozpowszechniania były skrupulatnie kontrolowane, poddane określonym zasadom i sterowane decyzjami politycznymi¹⁹. Podobnie wyglądała sytuacja prasy. Funkcjonowała ona zgodnie z zasadami i celami polityki PZPR w dziedzinie komunikowania²⁰. Miała być ukierunkowana na realizację celów związanych z interesem partii. Wszechobecna cenzura doprowadziła w konsekwencji do ujednoczenia wydawanych wówczas gazet i czasopism, zaś w efekcie działania

¹⁹ Rynekowi wydawniczo-księgarskiemu okresu PRL poświęcono wiele opracowań, zob. np. W. Adamiec, *O dostępności książki w latach siedemdziesiątych*, „Rocznik Biblioteki Narodowej” 1986, t. 17/18, s. 133–157; idem, *Otwartość i sprawność. Przyczynek do analizy i oceny polityki wydawniczej PRL*, „Rocznik Biblioteki Narodowej” 1987, t. 19, s. 191–208; O. St. Czarnik, *Między dwoma Sierpniami. Polska kultura literacka w latach 1944–1980*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1993, s. 194–254; S. A. Kondek, *Władza i wydawcy*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 1993.

²⁰ Były to następujące zasady: 1) klasowego charakteru prasy i dziennikarstwa; 2) instrumentalności jako podstawy polityki komunikowania; 3) partyjnego kierowania prasą i jej odpowiedzialności przed partią; 4) ideowości; 5) udziału w budownictwie socjalistycznym, upowszechnianie przodujących doświadczeń; 6) współdziałania; 7) kontroli i koncepcja krytyki; 8) prawdziwości, zob. J. Lubiński, *Najważniejsze zasady i cele polityki PZPR w dziedzinie komunikowania w latach 1948–1971*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej” 1991, nr 2.

propagandy narodziła się swoista nowomowa, charakterystyczna dla okresu PRL²¹. Władze komunistyczne, poza rozgałęzionym systemem instytucji powiązanych z cenzurą i propagandą, dysponowały również innym jeszcze narzędziem, dzięki któremu mogły kontrolować rynek wydawniczo-księgarski i prasowy. Tym narzędziem była Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa-Książka-Ruch”, największy monopolista wydawniczy w tej części Europy²². Podsumowując, powszechna nacjonalizacja i centralizacja, kontrola/cenzura i propaganda były czynnikami, kształtującymi funkcjonowanie książki i prasy oraz związanych z nimi instytucji.

Upadek komunizmu w Polsce przyniósł, poza innymi skutkami, także całkowite przeobrażenie interesującego nas obszaru. Grunt pod spektakularne zmiany stworzono już w latach 80. Nie wchodząc tu w szczegóły, wykraczające poza ramy zainteresowań podjętych w rozprawie, warto przypomnieć ustawę z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, przygotowaną przez Mieczysława Wilczka i Mieczysława Rakowskiego²³. Umożliwiła ona na równych prawach wszystkim obywatelom podjęcie, zarejestrowanie i prowadzenie działalności gospodarczej. Dzięki wprowadzeniu jej w życie nastąpiło m.in. wyraźne zaktywizowanie drobnych przedsiębiorców. Ułatwiła ona też zakładanie prywatnych wydawnictw. Najważniejsze regulacje prawne zostały jednak podjęte już po 1989 r. Przyjmując porządek chronologiczny, należy wymienić przede wszystkim: tzw. nowelę grudniową z 29 grudnia 1989 r., wprowadzającą zmiany w Konstytucji²⁴, ustawy: z 22 marca 1990 r. o rozwiązaniu RSW „Prasa-

²¹ Prasie PRL poświęcono wiele publikacji, tu warto zwrócić uwagę na jedną z nich: T. Goban-Klas, *Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2004.

²² RSW publikowała większość wysokonakładowych gazet i czasopism, wydawała również kalendarze, pocztówki, reprodukcje dzieł sztuki, płyty i kasyety z muzyką, kasyety wideo. Jej działalność obejmowała też twórczość filmową. Początki RSW sięgają 1947 r. Wtedy powołano do życia RSW „Prasa”, początkowo jako małą spółdzielnię, która drukowała zaledwie 8 dzienników i 4 czasopisma. Już dwa lata później przekształcono ją w przedsiębiorstwo państwowe, a następnie (w 1973 r.) połączono z reaktywowanym w 1949 r. „Ruchem”, zajmującym się kolportażem prasy oraz z Wydawnictwem „Książka i Wiedza”. W ten sposób partia, będąca *de facto* właścicielem koncernu, kontrolowała rynek książki i rynek prasy. RSW podlegały również pozaprasowe instytucje, jak choćby Krajowa Agencja Wydawnicza, Młodzieżowa Agencja Wydawnicza oraz Polska Agencja Interpress. Koncern posiadał własne drukarnie, rozbudowaną sieć kolportażu. RSW podlegały również Kluby Książki i Prasy „Ruch”.

²³ Ustawa z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej obowiązywała od 1 stycznia 1989 do 31 grudnia 2000 r.

²⁴ Formalnie przestaje istnieć PRL, zniesione zostają zapisy o międzynarodowych sojuszach Polski i o przewodniej roli PZPR, zmieniony zostaje wygląd narodowych symboli.

Książka-Ruch”²⁵, z 11 kwietnia 1990 r. o likwidacji cenzury²⁶, a także ustawę z 15 października 1992 r. Te akty prawne determinowały dalsze losy mediów w Polsce.

Nastąpił burzliwy rozwój rynku wydawniczo-księgarskiego i prasowego. Jednak, jak już wspomniano powyżej, poza krótkimi okresami, nie spowodowało to gwałtownego wzrostu czytelnictwa książek. „Świat przeżywa zalew informacji – prasa, radio, telewizja, teksty na CD-ROMach, w Internecie... Czy jest tu miejsce dla książki?” – pytała już w 1997 r. Grażyna Wolff²⁷.

W niniejszej rozprawie pytanie to zawężono do wybranych czasopism, reprezentatywnych dla trzech typów prasy. Przedmiotem szczegółowej analizy stały się tygodniki opiniotwórcze, czasopisma kobiece oraz periodyki młodzieżowe. Podstawowym celem było zbadanie, czy na ich łamach znalazło się miejsce dla informacji związanych z książką, informacji niezwykle ważnych w czasach dla niej trudnych. Czy wobec swoistego „wyścigu o czytelnika”, w obliczu konkurencji, prasa chciała zajmować się literaturą? Czy mogła sobie na to pozwolić?

Następnym ważnym celem było zbadanie, jakie formy informacji o książce (jeśli się już pojawiały na łamach prasy) były preferowane? Czy obok podstawowych kategorii, takich jak recenzja i ogłoszenie wydawnicze, redakcje poszczególnych czasopism sięgały również po inne gatunki dziennikarskie, takie jak wywiad ze znanym pisarzem, portret wybranego twórcy? Czy nadal żywa była tradycja odcinków powieściowych?

Kolejnym pytaniem, jakie sobie postawiono, było, czy badane periodyki stosowały te same formy informacji o książce, a jeśli tak, to czy każda z nich pełniła w tym samym stopniu taką samą funkcję? A może zadania, które wynikają z definicji określonego typu prasy, determinowały w tym przypadku formę przekazu?

Postanowiono również zbadać, czy pomimo oczywistych różnic można wyodrębnić wspólną dla wszystkich analizowanych grup czasopiśmienniczych płaszczyznę zainteresowań, związaną z książką. Wszak

Różnorodne media na przestrzeni wieków ludzkiej komunikacji miały za zadanie dawać coś, pośredniczyć w przekazywaniu czegoś (wiadomości, informacji) po to, aby łączyć ludzi we wspólnotę [...]. Czy w dzisiejszych realiach komunikacyjnych owa wspólnota jest jeszcze możliwa?²⁸

²⁵ Ustawa o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch” z 22 marca 1990 r. Zob. „Dziennik Ustaw” 1990, nr 21, poz. 125.

²⁶ Ustawa o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu tych organów i zmianie ustawy Prawo prasowe z 11 kwietnia 1990 r., zob. „Dziennik Ustaw” 1990, nr 29, poz. 173.

²⁷ K. Wolff, *Czy książki są nam jeszcze potrzebne?*, „Wydawca” 1997, nr 6/7, s. 16.

²⁸ *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, red. M. Sokołowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. [7].

I wreszcie, zdecydowano sprawdzić, w jakim stopniu poszczególne periodyki kształtowały poglądy swych czytelników na sprawy związane z książką, wpływały na ich wybory i preferencje lekturowe oraz gusta literackie.

Analizie poddano ogółem dziewięć czasopism: „Newsweek Polska”, „Polityka”, „Wprost” (jako tytuły reprezentujące prasę opinii), „Elle”, „Twój Styl”, „Zwierciadło” (zaliczane do prasy kobiecej) oraz „Cogito”, „Dziewczyna” i „Filipinka” (jako przedstawiciele prasy młodzieżowej). Pod względem częstotliwości było to pięć miesięczników, trzy tygodniki i jeden dwutygodnik.

Aby zdobyć optymalne odpowiedzi na postawione wcześniej pytania, przebadano wszystkie numery wybranych czasopism, zawierające się w wyznaczonym okresie. Było to w sumie **1140** numerów²⁹. Analiza ich zawartości w kontekście tematu ujętego w tytule rozprawy pozwoliła wyodrębnić **24 441** pozycji bibliograficznych, odnotowujących informacje o książce zawarte na łamach wybranych periodyków. Po dokonaniu niezbędnej selekcji liczba ta w pewnym stopniu uległa zmniejszeniu i posłużyła jako obiekt opisu zebranych danych. Jednocześnie podstawę źródłową niniejszej pracy stanowiły wcześniejsze roczniki badanych czasopism³⁰. Duże znaczenie dla części opisowej związanej z przeobrażeniami, którym podlegał rynek wydawniczo-księgarski i rynek prasowy w Polsce, a także dla prezentacji omawianych czasopism w ich historycznym ujęciu, miały liczne publikacje zarówno bibliologów, jak i medioznawców, w tym prasoznawców. Bibliografia wykorzystanej literatury została przedstawiona na końcu pracy, w tym miejscu należy jednak przywołać przynajmniej kilka ważnych pozycji. Niezwykle cenne okazały się opracowania autorstwa m.in. Zbigniewa Bauera, Łukasza Gołębiewskiego, Jerzego Jarowieckiego, Tomasa Mielczarka, Walerego Pisarka, Zofii Sokół oraz Marii Wojtak. Pomocą służyły również wybrane artykuły z prasy naukowej, fachowej oraz branżowej (m.in. „Media i Marketing Polska”, „Wydawca”, „Zeszyty Prasoznawcze”). Kolejnymi źródłami były akty prawne, materiały statystyczne (jak choćby „Ruch Wydawniczy w Liczbach”, dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy za poszczególne lata) oraz bibliografie (m.in. „Polska Bibliografia

²⁹ Wyszczególnienie liczby wydań, przypadających w badanym okresie na każdy z tytułów, zostało podane w każdym z odpowiadających im rozdziałów, a także w rozdziale porównawczym. Podstawę analizy stanowiły główne wydania poszczególnych czasopism wyłącznie w ich wersji drukowanej. Pominięto zatem m.in. rozmaitego rodzaju wkładki, dodatki (chyba że były one zszyte z wydaniem głównym i jednocześnie posiadały numerację ciągłą).

³⁰ Kolejno: „Polityka” (1957–2000), „Wprost” (1982–2000), „Zwierciadło” (1957–2000), „Twój Styl” (1990–2000), „Elle” (1992–2000), „Filipinka” (1957–2000), „Dziewczyna” (1991–2000), „Cogito” (1994–2000). W każdym przypadku były to wybrane numery z każdego rocznika.

Bibliologiczna” za poszczególne lata, *Polska bibliografia prasoznawcza 1996–2001* pod redakcją Władysława M. Kolasy i J. Jarowieckiego, polska bieżąca bibliografia narodowa, szczególnie zaś „Bibliografia Zawartości Czasopism”).

Zebrany materiał opracowano, wykorzystując wybrane metody badawcze. Pierwszą była metoda historyczna, która pozwoliła przedstawić każde czasopismo w kontekście ewolucyjnym. Druga, metoda statystyczna, dotyczyła rejestracji i selekcji zebranego materiału, zaś trzecia, metoda opisowa, pozwoliła ująć go w poszczególne kategorie, a następnie je opisać³¹. Służyły temu określone klucze kategoryzacyjne, wśród których najważniejszymi były: książka, recenzja, omówienie, adnotacja, ogłoszenie wydawnicze, wywiad, notatka prasowa, wzmianka³². Odmienny charakter każdej z badanych grup wymaga w tym miejscu bardziej szczegółowego opisanie i wyjaśnienia kryteriów przyjętych przy gromadzeniu danych i prezentowaniu wyników. Warto zatem zwrócić uwagę na kilka zasad, które w odczuciu autorki pozwoliły uniknąć z jednej strony szumu informacyjnego, z drugiej podejrzenia o niekonsekwencję.

Ze względu na różnorodną pisownię, stosowaną na łamach badanych czasopism (fakt ten widoczny był m.in. w nazwach działów i rubryk, raz podawanych małymi literami, to znów wytluszczoną czcionką albo drukowanymi literami), w niniejszej rozprawie ujednociono ją zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami polskiej pisowni. Poza tym, wspomniane nazwy działów i rubryk podawano w pracy zawsze w kolejności alfabetycznej, nie zaś w kolejności pojawiania się ich w piśmie. Podobnie zasadę porządku alfabetycznego zastosowano w przypadku nazwisk dziennikarzy i współpracowników danych czasopism, pomijając kryterium kolejności ich współpracy z danym tytułem. Aby nie utrudniać czytelnikom odbioru prezentowanego tekstu, zdecydowano o numeracji przypisów w obrębie poszczególnych rozdziałów.

Praca ma w pewnym sensie charakter interdyscyplinarny: podejmowana problematyka dotyczy bowiem dwóch zagadnień: książki i prasy. Można

³¹ Przy wyborze metod badawczych pominięto propozycje Ireny Tetelowskiej, jako że dotyczyły one głównie dzienników, analizy materiałów informacyjnych, wykorzystywanych przede wszystkim w prasie codziennej. Metody te w niewielkim tylko stopniu ujmowały zagadnienia kulturalne (wspomina się odcinki powieściowe, eseje), ale brakuje dostatecznie przekonującego wyводу, który uwzględniałby kryteria dotyczące materiałów kulturalnych i tego, jak należy je analizować. Stąd metody te nie mogły znaleźć zastosowania w prowadzonych w tym miejscu badaniach.

³² I w tym przypadku klucze kategoryzacyjne, proponowane przez niektórych badaczy, były odpowiednim narzędziem do analizy prasy codziennej, w związku z czym były nieadekwatne w stosunku do zamieszczanych na łamach czasopiśmiennictwa materiałów dotyczących promocji książki.

wyodrębnić tu pewne cechy, charakterystyczne tylko dla związanych z nimi dziedzin wiedzy (bibliologii i prasoznawstwa). Tak szeroko zakrojone pole badawcze wymagało wytyczenia pewnych granic, które pozwoliły zachować odpowiedni stopień uogólnienia podjętego zadania, przy jednoczesnym jego dokładnym przeanalizowaniu. W tym miejscu należy zaznaczyć, że autorka nie rości sobie praw do pogłębionej analizy zebranego materiału pod kątem szczegółowego klasyfikowania i definiowania go pod względem dziennikarskim. Stosując wybrane określenia dotyczące gatunków dziennikarskich, nie podjęto jednak badań nad ich czysto prasoznawczymi funkcjami, ograniczając się do podstawowych cech, które powinny je wyróżniać. Podobnie nie badano szczegółowo warstwy językowej materiałów prasowych, dotyczących książki. Starano się przede wszystkim uchwycić pewne **ogólne zjawiska**, odpowiedzieć na pytania podane powyżej, uznając, że takie potraktowanie tematu, także ze względu na znaczną objętość zebranych danych, będzie wystarczająco obszerną prezentacją.

Nakreślony kierunek badań przesądził w znacznym stopniu o układzie pracy.

Składa się ona z pięciu rozdziałów. W pierwszym z nich przedstawiono główne nurty i tendencje rozwojowe, obserwowane na rynku wydawniczo-księgarskim i prasowym w Polsce w latach 1989–2005. Starano się, by zasygnalizowane zmiany stanowiły tło i pewien punkt odniesienia dla dalszych rozważań. Zasadnicza część książki zawiera się w rozdziałach 2–4, w których starano się zachować podobny schemat, chociaż (ze względu na znikomy bądź całkowity brak określonych kategorii poddanych analizie) nie w każdym przypadku do końca się to udało³³.

Każdy ze wspomnianych trzech rozdziałów otwiera krótka charakterystyka danego typu prasy. Następnie prezentowany jest wybrany periodyk, omawiane są jego dzieje, w tym najważniejsze zmiany zarówno własnościowe, jak i dotyczące jego zawartości, programu i szaty graficznej. Dzięki temu zarysowane zostały pewne fakty, które w dużym stopniu wpływały na odbiór danego tytułu, jego popularność, a także określały typ adresata. Krótko przypomniano najważniejsze akcje i przedsięwzięcia realizowane przez omawiane czasopismo. Pozwoliło to ujrzeć w określonym świetle opisane dalej podejmowane przezeń inicjatywy związane z książką. Najważniejszą część każdego z tych rozdziałów stanowią jednakże rozważania, dotyczące obecności książki na łamach prezentowanego w danym rozdziale periodyku. W celu zwiększenia przejrzystości zawartych w tym miejscu

³³ Np. w prasie młodzieżowej, w przypadku miesięczników „Filipinka” i „Dziewczyna”, pominięto tabele związane z najczęściej pojawiającymi się nazwiskami autorów w ogłoszeniach wydawniczych, ze względu na niewielką liczbę oficyn, które reklamy takie zamieściły. W przypadku „Dziewczyny” zrezygnowano także z podrozdziału dotyczącego wywiadów z pisarzami, bo takowych rozmów nie odnotowano.

informacji zastosowano system podrozdziałów, które kolejno traktują o recenzjach, wywiadach, ogłoszeniach wydawniczych oraz innych formach informacji o książce (takich jak portrety/sylwetki, publikacje odnoszące się ogólnie do literatury i rynku wydawniczo-księgarskiego). Następnie krótki podrozdział poświęcono na prezentację informacji związanych z prasą i środowiskiem dziennikarskim, zamieszczanych w danym czasopiśmie. Jakkolwiek zagadnienie to nie zostało ujęte w tytule rozprawy, zdecydowano jednak zwrócić na nie uwagę, sygnalizując w ten sposób nowe, niezwykle interesujące pole badawcze.

Największy nacisk położono na omówienie recenzji³⁴ i reklam³⁵ ze względu na to, że stanowią one podstawowe formy informacji o książce. Natomiast specyfika każdej grupy czasopism decydowała każdorazowo o innym podejściu do pozostałych kategorii. Przesądzały o tym także względy ilościowe odpowiadające każdej z nich. I tak, w przypadku prasy opinii, poza wspomnianymi formami informacji o książce, szerzej omówiono publikacje komentujące kondycję współczesnej literatury i rynku wydawniczo-księgarskiego. Przy prezentacji tytułów pism kobiecych skoncentrowano się na dokładniejszej charakterystyce zamieszczanych na jej łamach wywiadów i kreślonych w prezentowanych periodykach portretów. Z kolei w przypadku czasopism młodzieżowych uwagę zwróciła forma proponowanych przez poszczególne redakcje konkursów, szczególnie zaś zamieszczanych na łamach dwutygodnika „Cogito”.

Przy omawianiu wyszczególnionych kategorii informacji związanych z książką starano się zwrócić szczególnie uwagę zarówno na ich formę, jak i funkcję, którą zdawały się sobą prezentować. Na przykład w odniesieniu do recenzji badano, czy na pierwszy plan wysuwał się w nich pierwiastek informacyjny, a może służyć miały one przede wszystkim propagowaniu cenionych przez pismo wartości, tym samym wpisując się w jego program, stanowiąc rodzaj puzzli wpasowujących się w określoną przez redakcję politykę?

³⁴ Warto już w tym miejscu zaznaczyć, że o ile w prasie opinii znajduje zastosowanie klasyczna recenzja, to jednak w odniesieniu do pism młodzieżowych (szczególnie dwóch tytułów: „Filipinki” i „Dziewczyny”) i w pewnym stopniu magazynów kobiecych (zwłaszcza miesięcznika „Elle”) określenie to zdewaluowało się i nie oddaje prawdziwej istoty omówienia książki. Tym samym niegdysiejsza definicja recenzji książkowej nie znajduje swego zastosowania w pismach tego typu. Unikając jednak zbędnego zamieszania terminologicznego, zdecydowano, by w przypadku wspomnianych czasopismach odpowiednią kategorię informacyjną określać mianem „recenzje”, „omówienia”, „adnotacje”, nie wyodrębniając dodatkowych grup i nie zamieszczając przy każdym przywoływanym przykładzie wyjaśnień, tłumaczących, czy odbiorca ma do czynienia z recenzją, omówieniem czy adnotacją.

³⁵ Wyjaśnienia wymaga zastosowane w niniejszej pracy określenie „reklama”. Ze względów badawczych jest ona rozumiana jako pojedynczy tytuł, niezależnie od formy prezentacji ogłoszenia i liczby powtórzeń.

Każdy typ prasy zamyka wstępne porównanie omówionych w danym rozdziale czasopism. W kolejnych podsumowujących rozdziałach porównano inne kategorie, choć jednocześnie w każdej znalazły się recenzje oraz ogłoszenia wydawnicze. Jednak pozostałe grupy informacji nierzadko były inne. Taki wybór wynikał z uzyskanych danych statystycznych: nie w każdym przypadku były one wystarczające, by stać się podstawą badawczą do dalszych analiz. Niekiedy (jak choćby w przypadku miesięcznika „Dziewczyna”, gdzie zabrakło wywiadów ze znanymi pisarzami) takich danych, jako podstawy badawczej, po prostu nie uzyskano.

Stosując opisany powyżej schemat, w rozdziale 2 przedstawiono wybrane periodyki z rodziny pism opiniotwórczych. Analizie poddano najpierw najstarszy z tej grupy tygodnik „Polityka”, następnie przedstawiono wyniki badań, dotyczące „Wprost”, i wreszcie zaprezentowano najmłodszy tygodnik, jakim był „Newsweek Polska”. Rozdział 3 poświęcono prasie kobiecej. Pierwszym przedstawionym tu tytułem był miesięcznik „Zwierciadło”, następnie uwagę poświęcono magazynowi „Twój Styl”, by rozważania w tym rozdziale zamknąć prezentacją czasopisma „Elle”. Rozdział 4 objął opisanie wyników badań, odnoszących się do prasy młodzieżowej. Najpierw zaprezentowano miesięcznik „Filipinka”, następnie magazyn „Dziewczyna” i wreszcie dwutygodnik „Cogito”. Zachowano konsekwentną kolejność omawiania periodyków w danej grupie pism, przedstawiając je od najstarszego do najmłodszego tytułu.

Ostatni rozdział książki to porównanie, w interesującym nas kontekście, wszystkich wybranych czasopism. Przypomniano w tym miejscu najważniejsze wnioski, zasygnalizowane w poszczególnych podrozdziałach, starając się jednocześnie przedstawić ogólne konkluzje, spostrzeżenia i uwagi, które nasunęły się autorce w trakcie badań.

Uznano, że przy tak obszernym materiale, zaprezentowanym w niniejszej książce, ważnym narzędziem pomocniczym będzie indeks osobowy. Poza nim, na aparat pomocniczy złożyły się również trzy wykazy: spis tabel, zdjęć, umieszczonych w tekście oraz aneksy, które (ze względu na liczbę – 58 – i niebagatelne rozmiary) dołączono do książki na płycie CD. Uzupełnieniem dopełniającym całość jest *Bibliografia wykorzystanych publikacji*.

Na koniec tych wstępnych rozważań warto dodać jeszcze pewne krótkie wyjaśnienia. W dwóch przypadkach zwrócono się do redaktorów, odpowiedzialnych w danych periodykach za sprawy związane z kulturą, w tym także z książką, by zechcieli odpowiedzieć na wybrane pytania. W pozostałych przypadkach zrezygnowano z tego pomysłu ze względu na dużą rotację wśród osób zajmujących się omawianiem książek na łamach pozostałych czasopism.

Z zalem zrezygnowano z cytowania całości wybranych informacji, na przykład recenzji czy wypowiedzi odnoszących się do sytuacji na rynku wydawniczo-księgarskim w Polsce. Narzucając sobie surową dyscyplinę w tym względzie, ograniczono się w większości przypadków do przywoływania jedynie wybranych fragmentów poszczególnych publikacji. Czasami tylko, gdy na przykład uwagi dziennikarzy były szczególnie celne, przytaczano cytaty w całości.

Konsekwentnie przywoływano natomiast wybrane tytuły opisywanych recenzji, wywiadów i innych tekstów, prezentowanych w pracy. Uznano je za istotny element informacji, nierzadko decydujący o tym, czy dany tekst zostanie dostrzeżony przez kapryśnego czytelnika, a następnie przez niego przeczytany. Wspomniane wcześniej czynniki powodują, że książka stała się w czasach współczesnych „towarem”, który, aby zainteresować, powinien być ładnie „opakowany”. Wydaje się, że w przypadku informacji pomieszczanych na łamach prasy funkcję takiego „opakowania” spełnia w dużym stopniu tytuł. Nierzadko świadczył on również o wyobraźni piszącego lub o jego nadziejach związanych z przypisywaną potencjalnemu odbiorcy wiedzą.

W *Spisie treści* poszczególne rozdziały rozpoczynają się tytułami, zaczerpniętymi z badanych periodyków. Fakt ten zaznaczono kursywą, pomijając w tym przypadku stosowne przypisy odsyłające, które wprowadzałyby zbędne zamieszanie³⁶. Wybór tytułów nie był przypadkowy. Stosując taką formę zapowiedzi, starano się jednocześnie już na początku sygnalizować zawartość poszczególnych części pracy. Tytuły uznano za ważny element, wskazujący w większości przypadków na charakter poszczególnych kategorii informacji, związanych z książką i specyfiką danego czasopisma.

„Z książkami jest tak, jak z ludźmi: bardzo niewielu ma dla nas ogromne znaczenie, reszta ginie w tłumie” (Voltaire). Autorka wyraża na zakończenie nadzieję, że prezentowana książka, dzięki przedstawieniu w niej bogatego materiału, zostanie zaliczona do pierwszej grupy.

W trakcie pisania niniejszej pracy spotkałam się z życzliwością i bezinteresowną pomocą wielu osób. Przed wszystkim serdecznie dziękuję Profesorowi Oskarowi St. Czarnikowi za nieocenioną pomoc, cenne wskazówki, cierpliwość i wyrozumiałość.

Dziękuję Dziekanowi Wydziału Filologicznego, Prof. Piotrowi Stalmaszczykowi, oraz Rektorowi Uniwersytetu Łódzkiego, Antoniemu Różalskiemu,

³⁶ Przypisy z adresem bibliograficznym umieszczono w odpowiadających im rozdziałach.

za dofinansowanie tej publikacji. Wyrażam wdzięczność Dyrekcji Biblioteki Uniwersyteckiej w Łodzi za udostępnienie materiałów, dzięki którym mogła powstać ta książka. Za okazaną życzliwość dziękuję również Pani Dyrektor Urszuli Dzieciatkowskiej.

Na koniec pragnę podziękować moim Bliskim, przede wszystkim Rodzicom za wsparcie i pomoc, a także mojemu Mężowi, który był pierwszym czytelnikiem książki, za uwagi i spostrzeżenia oraz za zrozumienie okazywane podczas pisania przeze mnie niniejszej rozprawy.

Rozdział 1

RYNEK KSIĄŻKI I PRASY W POLSCE W LATACH 1989–2005

1.1. Rynek książki. Charakterystyka ogólna¹

Współczesny rynek wydawniczo-księgarski, podobnie jak rynek prasowy, ma dziś postać diametralnie odmienną od tej sprzed 1989 r. Jego forma i sposób funkcjonowania ukształtowały się w większości pod wpływem tych samych wydarzeń, związanych bezpośrednio bądź pośrednio z obaleniem systemu komunistycznego w Polsce.

Przeobrażenia, którym ów sektor podlegał, były wynikiem wielu czynników, z których najważniejszymi wydają się być: zniesienie cenzury, prywatyzacja (będąca prostą konsekwencją wprowadzenia swobody działalności gospodarczej i zniesienia koncesji dla ruchu wydawniczego) i likwidacja reglamentacji papieru. Wpłynęły one zasadniczo na złamanie dotychczasowego monopolu i rozwój oraz ożywienie branży wydawniczej. Jednak jeszcze przed uchwaleniem ustawy znoszącej cenzurę, w roku 1988 wprowadzono w życie inne akty prawne, które liberalizowały przepisy dotyczące prowadzenia prywatnej działalności wydawniczej. Warto przywołać w tym miejscu m.in. wspomnianą już we *Wstępie* ustawę z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, opracowaną według projektu Mieczysława Wilczka i Mieczysława Rakowskiego. Ta regulacja prawna umożliwiała każdemu obywatelowi podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej na równych prawach. Wprowadzenie jej w życie spowodowało m.in.

¹ W prezentowanym rozdziale ograniczono się do przedstawienia najistotniejszych, zdaniem autorki, faktów, charakterystycznych dla rynku wydawniczo-księgarskiego (z naciskiem na sektor wydawniczy). Pominięto liczne, istotne z innych punktów widzenia, kwestie, starając się wskazać tylko te czynniki, które miałyby wyraźny związek z zagadnieniami, poruszonymi w dalszych rozdziałach pracy. I tak na przykład, przypomniano liderów list bestsellerów (od 1999 r., na podstawie zestawień, przygotowywanych przez Andrzeja Rostockiego) po to, by zaobserwować, czy najpopularniejsze wówczas książki znajdowały uznanie w oczach recenzentów omawianych periodyków, czy tytuły te były wcześniej (lub później) reklamowane na łamach wybranych pism.

aktywizację drobnych przedsiębiorców, ale także wpłynęło na zakładanie prywatnych wydawnictw. Dzięki temu powstała Respublica i Vers, a kilka miesięcy później Amber. Jak pisze Marek Tobera,

Żywiotowo powstawały nowe oficyny, a także hurtownie i księgarnie. Fascynowała swoboda działalności gospodarczej, czytelniczych wyborów, decyzji o publikacjach. To był czas rewindykacji i nasycania wyłodzonego rynku².

Pierwsze dwa lata funkcjonowania w warunkach gospodarki wolno-rynkowej oznaczały dla edytorów w Polsce intensywny rozwój, boom wydawniczy oraz wielkie zyski dla części wydawców. Powstawało wówczas wiele nowych oficyn³, książki, dotąd zakazane (głównie przekłady amerykańskich bestsellerów, poradniki i literatura popularnonaukowa), pojawiły się na rynku w olbrzymich ilościach. Kampanię reklamową, zakrojoną na szeroką skalę, rozpoczęło Wydawnictwo Harlequin. Równocześnie nastąpił żywiotowy rozwój przemysłu poligraficznego, a także, charakterystycznego dla owego okresu, ulicznego handlu książkami. Ten ostatni fakt wynikał w pewnej mierze z zarysowujących się już wówczas problemów z dystrybucją wydawanych książek. Ich dotychczasowe rozpowszechnianie za pośrednictwem Domu Książki⁴ i Składnicy Księgarskiej⁵ przestało wystarczać.

Dobra passa dla książki trwała przez trzy lata. Jednak jeszcze w 1992 r. (29 grudnia) ogłoszona została upadłość zadłużonej Składnicy Księgarskiej. Wyprzedaż po bardzo niskich cenach jej zapasów w dużym stopniu utrudniła zbyt nowych tytułów i wpłynęła na obniżenie zysków ówczesnych liderów rynku wydawniczego (BGW czy GiG). Jednocześnie nastąpiło oswojenie, a nawet nasycenie rynku nowościami. Wielu wydawców zban-

² M. Tobera, *Rynek książki w Polsce (1989–2000)*, „Przegląd Biblioteczny” 2001, z. 3, s. 28.

³ Więcej na ten temat, zob. W. Adamiec, *Co się stało z rynkiem książki?*, „Notes Wydawniczy” 2000, nr 8, s. 12.

⁴ Dom Książki Polskiej to, utworzone w 1950 r., przedsiębiorstwo państwowe, działające w okresie PRL. Jego celem było „urzeczywistnianie zadań polityki kulturalnej, gospodarczej i socjalnej państwa w dziedzinie upowszechniania książki oraz oddziaływanie na wzrost czytelnictwa. [...] Przedmiotem działalności D.K. [była – przyp. M.P.S.] detaliczna sprzedaż wydawnictw, płyt gramofonowych itp.” Zob. *Encyklopedia wiedzy o książce*, Wrocław–Warszawa–Kraków 1971, s. 538. Podlegało ono Ministerstwu Kultury i Sztuki.

⁵ Składnica Księgarska – przedsiębiorstwo państwowe, założone w 1958 r., którego celem była „hurtowa sprzedaż książek i in. wydawnictw nieperiodycznych oraz płyt gramofonowych, przejętych w komis lub zakupionych na własny rachunek w kraju i za granicą”. Zob. *ibidem*, s. 538. Składnica Księgarska podlegała, podobnie jak Dom Książki, Ministerstwu Kultury i Sztuki. Obydwa przedsiębiorstwa stanowiły główne filary systemu dystrybucji książki w okresie PRL. W grudniu 1992 r. sąd ogłosił upadłość Składnicy Księgarskiej. Jej zadłużenie określono na 230 mld starych zł (zob. Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce. Edycja '98*, Wydawnictwo „Herbud”, Warszawa 1998, s. 11).

krutowało (m.in. Orbita czy Phantom Press), inni popadli w kłopoty finansowe (jak choćby wspomniany już Amber). Obniżyły się również nakłady wydawanych tytułów⁶. Wynikało to m.in. z tego, że niewielka dotąd oferta alternatywnych wobec książki „towarów” wyraźnie się zwiększyła, stając się dlań konkurencją. Obecność wielu nowych, kolorowych (i tańszych od książki) czasopism, zwiększenie oferty kanałów telewizyjnych, a także pojawienie się atrakcyjnych gier komputerowych, zaczęło odciągać dotychczasowego czytelnika od wystawy księgarni. Nie bez znaczenia było również jednoczesne ubożenie społeczeństwa (był to okres reform Leszka Balcerowicza). Wszystkie te czynniki zapoczątkowały trwający w latach 1992–1993 regres na rynku wydawniczo-księgarskim⁷.

Jednakże już w 1994 r. rynek odzyskał równowagę, a w konsekwencji ponownie wzrosła sprzedaż. Zaczęli pojawiać się inwestorzy zagraniczni (swoje oddziały otworzyli w Polsce m.in. Bertelsmann i Egmont), odgrywający coraz większą rolę, chociaż równocześnie wśród największych edytorów znalazły się dwie oficyny z tradycjami (Wydawnictwo Naukowe PWN oraz Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne). W 1995 r. wzrosła liczba zarejestrowanych tytułów książek, ich objętość oraz nakłady. Odnotowano 521 nowych wydawców⁸.

Następne lata to ponowny wzrost sprzedaży książek i dynamiczny rozwój rynku oraz rosnąca liczba wydawców zagranicznych. Jednocześnie wysokie nakłady i znaczną poczytność uzyskiwały wtedy książki zawierające „wywiady-rzeki”, przeprowadzane przez dziennikarzy ze znanymi politykami wcześniejszego okresu (na przykład z Edwardem Gierkiem⁹), bądź publikacje prezentujące poglądy osób związanych z minionym syste-

⁶ K. Bańkowska-Bober, *Produkcja wydawnicza '93*, „Notes Wydawniczy” 1994, nr 4, s. 26–28; Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce. Edycja 1999*, Wydawnictwo Magazyn Literacki, Warszawa 1999, s. [7].

⁷ Warto w tym miejscu przypomnieć, że badania dotyczące rynku wydawniczo-księgarskiego, czytelnictwa w Polsce prowadzone są przede wszystkim przez dwa ośrodki: Bibliotekę Analiz oraz Bibliotekę Narodową (Instytut Książki i Czytelnictwa oraz Instytut Bibliograficzny). Wydawane cyklicznie kolejne części *Rynku książki w Polsce...* Ł. Gołębiowskiego, opracowania dotyczące czytelnictwa autorstwa Grażyny Straus i Katarzyny Wolff, a także „Ruch Wydawniczy w Liczbach” są istotnymi publikacjami dla każdego badacza rynku wydawniczo-księgarskiego w Polsce. W tym miejscu jednak ograniczono się tylko do przekazania podstawowych informacji, a przywołane tytuły posłużyły głównie jako źródło informacji statystycznych. O innych publikacjach dotyczących poruszanych w tym miejscu zagadnień, zob. np. M. Tobera, *Bibliologia wobec polskiego rynku książki w latach 1944–2007*, „Przegląd Biblioteczny” 2008, z. 1, s. [42].

⁸ „Ruch Wydawniczy w Liczbach XLI: 1995” 1996, s. 6.

⁹ Edward Gierek. *Przerwana dekada*. Był to wywiad, przeprowadzony przez Janusza Rolickiego, Wydawnictwo Fakt, Warszawa 1990.

mem (m.in. *Alfabet Urbana*¹⁰). Jak pisał wówczas Łukasz Gołębiowski, „Sukcesy nie są już tak spektakularne, jak na początku lat 90., ale za to kondycja zarówno większości wydawnictw, jak i rynku dystrybucji, jest stabilna”¹¹. W 1999 r. zarejestrowanych było już 13 400 wydawnictw książkowych¹², z czego aktywnie działających odnotowano 2850¹³.

Cechą charakterystyczną dla rynku wydawniczego w Polsce pod koniec ostatniej dekady XX w. było panujące na nim rozdrobnienie, brak płynności finansowej większości małych wydawnictw, problemy z systemem sprzedaży księgarskiej (bankructwo wielu firm dystrybuujących książkę), wzrost cen oraz nierównomierność w lokalizacji wydawnictw, przy jednoczesnym stałym wzroście ich sprzedaży i utrzymującej się na stosunkowo niskim poziomie nadprodukcji¹⁴. Równocześnie wraz z zapoczątkowaną w 1999 r. reformą oświaty nastąpił intensywny wzrost oferty edukacyjnej, zwiększyło się w znacznym stopniu zapotrzebowanie na podręczniki szkolne i książki fachowe, czego konsekwencją był dynamiczny rozwój tego typu publikacji. Była to duża (i wykorzystana) szansa dla małych i średnich wydawnictw, których działalność doprowadziła w efekcie do złamania monopolu WSiP.

Warto wspomnieć również o tym, że w tym czasie rozwinęła się także nowa forma dystrybucji: sprzedaż wysyłkowa, związana z powstającymi klubami książki. Jednocześnie w 1999 r. pojawiło się jeszcze jedno istotne zjawisko: małe, deficytowe księgarnie zaczęto zastępować tzw. megastorami¹⁵, które w mniejszych miastach nierzadko stawały się głównymi ośrodkami życia kulturalnego.

W grupie największych polskich wydawnictw znalazły się m.in. Amber, Prószyński i S-ka, Świat Książki, WSiP, Wydawnictwo Naukowe PWN¹⁶. Książki trzech pierwszych edytorów niejednokrotnie gościły na listach bestsellerów, odpowiednio wysokie budżety każdej z wymienionych oficyn przeznaczone na promocję pozwalały im na inwestycję w reklamę swej oferty. Niekwestionowanym zwycięzcą list bestsellerów w kategorii „literatury obcej” był w tym okresie Paulo Coelho, chociaż musiał on niejedno-

¹⁰ J. Urban, *Alfabet Urbana*, Wydawnictwo BGW, Warszawa 1994.

¹¹ Ł. Gołębiowski, *Po ośmiu latach wolnego słowa*, „Wydawca” 1998, nr 5/6, s. 19.

¹² Dane Biura ISBN Biblioteki Narodowej (maj 1999).

¹³ Za aktywne uważa się te wydawnictwa, które w roku 1998 opublikowały przynajmniej jedną książkę. Dane Centrum Informacji o Książce (maj 1999).

¹⁴ Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce. Edycja 1999*, s. [15]–25.

¹⁵ Jednym z najlepszych przykładów megastorów zdaje się być sieć EMPIK.

¹⁶ Według danych zamieszczonych na łamach „Ruchu Wydawniczego w Liczbach”. Za największe uznano te oficyny, które w danym roku przekroczyły liczbę 200 wydanych tytułów. Kolejno: Amber (281), Prószyński i S-ka (355), Świat Książki (298), WSiP (608), Wydawnictwo Naukowe PWN (332). Zob. „Ruch Wydawniczy w Liczbach XLV: 1999” 2001, s. [11]–[12].

krotnie rywalizować z Williamem Whartonem oraz (w kategorii Literatury polskiej) Joanną Chmielewską i Andrzejem Sapkowskim¹⁷.

Ważną datą dla interesującego nas sektora był rok 2000. Na Targach Książki we Frankfurcie Polska była gościem honorowym, co w kontekście zbliżającego się wstąpienia naszego kraju do Unii Europejskiej nabierało szczególnego znaczenia (możliwość promocji kultury polskiej). Polska literatura była reprezentowana przez noblistów (Czesława Miłosza i Wisławę Szymborską), a także m.in. Joannę Chmielewską, Stefana Chwina, Henryka Grynberga, Julię Hartwig, Witolda Horwatha, Pawła Huelle, Ryszarda Kapuścińskiego, Antoniego Libereę, Ewę Lipską, Sławomira Mrożka, Jerzego Pilcha i Olę Tokarczuk. Zwiedzający targi mieli zatem okazję poznać przedstawicieli różnych typów współczesnej literatury polskiej. Jednocześnie zorganizowano liczne wystawy, promujące polską kulturę. Tak szeroko zakrojona akcja przyniosła oczekiwane efekty, m.in. wzrost zainteresowania innych krajów literaturą polską, a to z kolei zaowocowało sprzedażą praw autorskich do ponad 100 polskich tytułów i ich przetłumaczeniem na inne języki¹⁸. Wraz ze zwiększeniem liczby tytułów książek nastąpił wzrost ich nakładów. Nadal wśród największych oficyn na rynku znajdowały się m.in. Amber, Prószyński i S-ka, Świat Książki, Wydawnictwo Naukowe PWN oraz WSiP¹⁹.

Jednakże wspomniane targi i wypływające zeń korzyści były jednymi z nielicznych sukcesów rynku wydawniczo-księgarskiego w ostatnim roku XX w. Niestabilna sytuacja, coraz większe problemy z dystrybucją²⁰ spowodowały, że w tym okresie koncentracja szczególnie małych wydawców stała się jednym z coraz częściej stosowanych sposobów na przetrwanie. I tak na przykład w maju 2000 r. zawiązano Grupę A5, w skład której weszło m.in. Studio Emka oraz Wydawnictwo Medium. Zaczęły również powstawać tzw. kluby tematyczne, łączące wydawców różnych książek (na przykład Klub Militaria czy Klub Miłośników Książki Historycznej lub Klub Książki Biznesu albo Klub Książki Katolickiej). Głównymi problemami rynku w tym okresie był m.in. system konsygnacyjny oraz rozdrobnienie systemu dystrybucji. Istotną kwestią stały się także rosnące koszty promocji oferty wydawniczej. Jak podkreślał Ł. Gołębiewski, „Jeszcze w połowie lat 90. wydawcy przeznaczali na promocję ok. 1 proc. swoich rocznych przychodów, dziś budżety reklamowe sięgają 5 procent i będą rosły”²¹.

¹⁷ A. Rostocki, *Nie do mnie te pretensje! Bilans 1999*, „Notes Wydawniczy” 2000, nr 3/4, s. 50–51.

¹⁸ Ł. Gołębiewski, *Rynek książki w Polsce 2000*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2000, s. [7].

¹⁹ „Ruch Wydawniczy w Liczbach XLVI: 2000”, 2001, s. [3], [11], [12]. Kolejno: Wydawnictwo Naukowe PWN (253), Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne (473), Prószyński i S-ka (409), Amber (348) oraz Świat Książki (321).

²⁰ M.in. upadek hurtowni Liber.

²¹ Ł. Gołębiewski, *Rynek książki w Polsce 2001*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2001, s. 19.

W tym czasie widoczne było obniżenie nakładów książek wydawanych w małych oficynach²². Z drugiej strony jednak wyraźnie rosła sprzedaż bestsellerów. Należy w tym miejscu przypomnieć, że właśnie w roku 2000 niewielka oficyna, Media Rodzina, wprowadziła na rynek polski pierwszą część przygód małego czarodzieja. *Harry Potter i kamień filozoficzny* Joanne K. Rowling co prawda nie natychmiast podbił serca czytelników, ale już w drugiej połowie roku zajął na długie miesiące pozycję lidera na listach bestsellerów, co było dowodem na to, że „w świecie gier komputerowych działa jeszcze magia książki”²³. Wraz z J. K. Rowling w kategorii Literatury obcej na listach bestsellerów znalazła się m.in. H. Fielding oraz P. Coelho²⁴. Literaturę rodzimą godnie reprezentowała w dalszym ciągu m.in. Joanna Chmielewska, ale także Jan Parandowski i Tadeusz Różewicz²⁵.

Rok 2001 rozpoczął się od wprowadzenia w życie (od 1 stycznia) 22% stawki VAT na druk książek i czasopism. Jednak 5 lipca Sejm przyjął nowelizację tego aktu, która przywracała zerową stawkę, mającą obowiązywać do końca 2003 r.²⁶ Rok ten upłynął pod znakiem bestsellerów zarówno autorów polskich, jak i obcych. Wiele z nich osiągało niespotykane od lat wysokie nakłady. Pojawiły się kolejne tomy cyklu o Harrym Potterze²⁷, powieści Helen Fielding²⁸, Katarzyny Grocholi²⁹, Małgorzaty Musierowicz³⁰, Jerzego Pilcha³¹ i Williama Whartona³². Miały one wpływ na kondycję rynku (uratowały wiele księgarń przed bankructwem, jednocześnie zaś złagodziły objawy zwiększającego się kryzysu) i panujące na nim trendy. Ekranizacje powieści J. K. Rowling i H. Fielding ożywiły rynek, a wydawcy (wykorzystując sukcesy najpopularniejszych tytułów) wprowadzili do obiegu nowe serie, promując przy okazji młodych twórców. Istotne dla dalszych rozważań jest przytoczenie komentarza Ł. Gołębiewskiego, który stwierdził, że

²² Wyjątek stanowiła Media Rodzina, wydawca cyklu o Harrym Potterze.

²³ A. Rostocki, zob. *Bilans 2000...*, s. 35.

²⁴ *Ibidem*, s. 34–35.

²⁵ *Ibidem*, s. 36.

²⁶ Jednak w rzeczywistości, w efekcie błędnego zapisu w ustawie, stawka 22% obowiązywała do września 2001 r.

²⁷ *Harry Potter i więzień Azkabanu* (styczeń 2001), *Harry Potter i czara ognia* (wrzesień 2001).

²⁸ Np. *Dziennik Bridget Jones*.

²⁹ M.in. *Nigdy w życiu!*

³⁰ Kolejna część cyklu *Jeździec: Kalamburka*.

³¹ *Pod Mocnym Aniołem*, za którą autor otrzymał Nagrodę Nike.

³² *Nigdy, nigdy mnie nie złapiecie, Niedobre miejsce*.

w Polsce wydawcami największych bestsellerów często są małe wydawnictwa, a rozproszenie dobrych tytułów wśród wydawców jest bardzo duże. [...] małe i średnie wydawnictwa wciąż odgrywają bardzo znaczącą rolę na polskim rynku książki, a o sukcesie rynkowym w większym stopniu decyduje „nos wydawniczy” niż środki zainwestowane w promocję³³.

Jednak popularność bestsellerów dawała jedynie złudne wrażenie ożywienia rynku, na którym recesja była coraz bardziej widoczna (podobnie jak panująca w tym czasie stagnacja na rynku prasowym). Odnotowano zmniejszenie liczby wydawanych tytułów książek, któremu towarzyszył spadek nakładów³⁴. Wydawcy musieli borykać się z problemami finansowymi (czego efektem był brak inwestycji w nowe tytuły i promocję oferty), wynikającymi z niesprawnie działającego systemu dystrybucji. Wielu edytorów, ratując się przed bankructwem, przeprowadzało redukcję zatrudnienia (dotyczyło to głównie wydawców rodzimych), zaś outsourcing³⁵ zaczął stawać się coraz częściej stosowanym modelem pracy redakcyjno-marketingowej. Innym sposobem ratowania się przed recesją była koncentracja kapitału oraz stopniowa rezygnacja dużej liczby wydawców ze wspomnianych już rozliczeń konsygnacyjnych. W tym okresie nadal w grupie czołowych wydawnictw znajdowały się m.in. Polskie Wydawnictwo Muzyczne, Wydawnictwo Naukowe PWN i WSiP. Poza nimi istotną rolę odgrywały m.in. wydawnictwa: Amber, Prószyński i S-ka oraz Reader's Digest³⁶.

Poza wymienionymi wcześniej bestsellerami, na listach najpopularniejszych książek znalazły się również obok tytułów znanych pisarzy (jak choćby *Baudolino* Umberto Eco), także nowe nazwiska (na przykład Doroty Terakowskiej, *Poczwarka*).

Rynek wydawniczo-księgarski w roku następnym popadł w stagnację: brakowało nowych bestsellerów (choć jednocześnie można było zauważyć rosnące zainteresowanie rodzimą literaturą współczesną i zmniejszenie popytu na beletrystykę tłumaczoną z języka angielskiego³⁷), nie odnotowano znaczących wzrostów sprzedaży. Jedną z cech charakterystycznych stały się ekranizacje znanych książek (*Harry Potter i kamień filozoficzny* Joanne K. Rowling oraz *Władca Pierścieni* Johna R. Tolkiena). Pojawiły się również nowe nazwiska pisarzy, których książki osiągały wysokie nakłady (na przykład Barbary Kosmowskiej, Doroty Masłowskiej, Katarzyny Pisarzew-

³³ Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2002 Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2002.

³⁴ „Ruch Wydawniczy w Liczbach XLVII: 2001” 2002, s. [5].

³⁵ *Outsourcing* – ang. skrót od *outside-using*. Oznacza korzystanie z zasobów zewnętrznych, pozwala na koncentrację procesów zarządczych na zasadniczych celach danej firmy, stanowi część szerszego zagadnienia, dotyczącego strategii danego przedsiębiorstwa w obszarze *sourcingu*.

³⁶ „Ruch Wydawniczy w Liczbach XLVII: 2001” 2002, s. 11, 12.

³⁷ Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2003. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2003, s. 22.

skiej, Janusza L. Wiśniewskiego). W tym okresie odnotowano wzrost czytelnictwa wśród młodszych odbiorców, głównie za sprawą wspomnianego cyklu o Harrym Potterze, ale także dzięki książkom Meg Cabot, Eoina Colfera czy Lemony Snicketa. W czołówce największych wydawców niewiele się zmieniło, nadal pierwsze miejsca zajmowali ci sami edytorzy, co rok wcześniej. Interesująca inicjatywa wydawnicza pojawiła się w lipcu (2002): kilku wydawców podpisało deklarację, która zainaugurowała powstanie *Kanonu książek dla dzieci i młodzieży*. Natomiast pod koniec roku uruchomiono Polską Bibliotekę Internetową. Inne przedsięwzięcie, mające na celu propagowanie książki, przybrało postać trzyletniego programu promocji czytelnictwa, przedstawionego w roku następnym (2003) przez ówczesnego ministra kultury Waldemara Dąbrowskiego. Tego typu pomysły były szczególnie cenne w obliczu badań, przeprowadzonych przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej, z których wynikało, że 56% Polaków wykazuje jakiegokolwiek kontakty z książką, a zaledwie 37% je kupuje³⁸. W tym okresie organizowano liczne akcje, mające wpłynąć na zwiększenie zainteresowania książką w naszym kraju. Poza wspomnianymi, warto wymienić także warszawski Trzeci Festiwal Książki „Bibliomania” (inicjatywa Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga), II Ogólnopolski Tydzień Czytania Dzieciom (akcja zorganizowana była przez Fundację ABC XXI). W II programie TVP rozpoczęto nadawanie nowego cyklicznego programu *Lubię czytać*.

Jednakże poza tego typu inicjatywami, będącymi wyraźnym dowodem na wzrost zainteresowania książką na szerszym, niż tylko wydawniczo-czytelniczym, polu, rok 2003 był kolejnym, który cechowała stagnacja. Ze względu na temat pracy należy jednak podkreślić, że w tym okresie reklama książki coraz wyraźniej przekładała się na poziom zainteresowania danym tytułem i wysokość sprzedaży³⁹. Rosnąca konkurencja, szczególnie w przypadku literatury beletrystycznej, powodowała, że **promocja stawała się niezwykle ważnym elementem w działalności wydawniczej**, zaś jej brak skutkował spadkiem sprzedaży. Tylko nieliczni edytorzy mogli pozwolić sobie na reklamę telewizyjną, która zazwyczaj służyła przede wszystkim promocji wydawnictwa, w mniejszym stopniu jego oferty. Podobnie było w przypadku reklamy zewnętrznej (*outdoor*). Z tej formy dotarcia do potencjalnego czytelnika skorzystali wówczas m.in. Albatros, Amber, Drzewo Babel, Muza, Świat Książki, Wydawnictwo W.A.B. Ale istniały również inne możliwości promocji, wykorzystywane przez wydawców. Najczęstszym było zaproszenie (zazwyczaj przy okazji targów) danego pisarza, także organizacja spotkania autorskiego czy wreszcie reklama w prasie lub radiu. W takim przypadku wydawcy chętnie podpisywali umowy, na

³⁸ Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2004. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2004, s. 14.

³⁹ Więcej na ten temat, zob. Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2004...*, s. 28–29.

podstawie których wybrane media obejmowały patronat nad danym tytułem. W 2003 r. wypromowano w ten sposób kilku pisarzy obcych; wśród nich znalazł się m.in. Michael Cunningham, Eduardo Mendoza, Tony Parsons czy (dzięki otrzymaniu Literackiej Nagrody Nobla) John M. Coetzee. Nadal znaczna liczba bestsellerów ukazywała się nakładem małych wydawnictw⁴⁰. Dominowała polska literatura współczesna przy jednoczesnym zmniejszeniu zainteresowania beletrystyką tłumaczoną z języka angielskiego (wyjątkiem wciąż pozostawał *Harry Potter*)⁴¹. W dalszym ciągu ograniczono zatrudnienie w wydawnictwach, zmniejszyła się liczba nowych tytułów, chociaż równocześnie zaczął rozwijać się rynek tańszych edycji (np. w wydaniu kieszonkowym) wybranych książek, częściej też organizowano wyprzedaże zapasów. Wzrosła również w sposób wyraźny sprzedaż książek w hipermarketach i wspomnianych wcześniej megastorach, co z kolei spowodowało spadek sprzedaży w tradycyjnych księgarniach, i po raz pierwszy od kilku lat, także w klubach wysyłkowych.

Jak już wcześniej wspomniano, w 2004 roku Polska stała się członkiem Unii Europejskiej. Na rynku wydawniczo-księgarskim nastąpiło wyraźne ożywienie. Było ono efektem m.in. nowego kierunku działań, podejmowanych przez **wydawnictwa prasowe**. Dzięki takim przedsięwzięciom, jak kolekcja książek „Gazety Wyborczej” czy dołączanie do gazet należących do Axel Springer Polska książek, rynek wydawniczy odnotował wzrost o 6%⁴². Te inicjatywy doprowadziły w konsekwencji do roszad także wśród tradycyjnych edytorów⁴³.

Nie bez wpływu na sytuację ówczesnego rynku pozostawały też bestsellery, sprzedawane w imponujących nakładach, a także nadal rosnące znaczenie promocji:

Bestsellery w coraz większym stopniu kreują rynek poprzez reklamy, informacje prasowe, działania promocyjne w księgarniach. Książka wydostaje się z getta dobra kulturalnego czy intelektualnego, staje się często pożądanym towarem i wydarzeniem medialnym⁴⁴.

W tym okresie najlepiej sprzedającymi się książkami były tytuły związane z Janem Pawłem II. W zestawieniach najpopularniejszych książek znalazły się też, w kategorii Literatura polska, powieści K. Grocholi, M. Musierowicz i A. Sapkowskiego oraz J. Wiśniewskiego. W grupie tytułów

⁴⁰ Np. książki J. Chmielewskiej ukazywały się w Wydawnictwie Kobra Media, a debiutancki zbiór opowiadań K. Grocholi wydała oficyna Do.

⁴¹ Należy jednak pamiętać, że zarówno listy bestsellerów, jak i analizy wzrostu sprzedaży nie obejmują tzw. partworków (książek sprzedawanych w kioskach jako kolekcje lub dodatki, dołączane do gazet lub czasopism).

⁴² Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2005. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2005, s. [21].

⁴³ Więcej na ten temat zob. *ibidem*.

⁴⁴ *Ibidem*, s. 22.

autorów obcych hitem stał się *Kod Leonarda da Vinci* autorstwa Dana Browna. Nadal jednak ważną pozycję zajmowali P. Coelho, J. K. Rowling oraz W. Wharton. Największą liczbę zarejestrowanych tytułów odnotowali w tym roku m.in. Amber, Arlekin, C. H. Beck, Helion, Świat Książki, WSiP, Wydawnictwo Szkolne PWN oraz Zysk i S-ka⁴⁵.

Wzrosło także zainteresowanie kapitału zagranicznego polskim rynkiem. Generalnie w 2004 r. nastąpił wzrost nakładów książek we wszystkich niemal segmentach rynku⁴⁶, rozszerzył się również rynek zbytu dzięki nowej drodze dystrybucji książek (rozpowszechnianych wraz prasą). Nowością stał się druk cyfrowy, obniżający koszty własne wydawców, temu samemu celowi służyć miała nadal rosnąca koncentracja. Wszystko to sprawiało, że rynek książki stawał się coraz bardziej atrakcyjny dla osób i firm spoza branży.

Ostatni omawiany w pracy rok (2005) był dla rynku wydawniczo-księgarskiego szczególnie udany. Jak zaznaczył Ł. Gołębiowski w swym corocznym raporcie, „dobrą koniunkturę zawdzięczamy w dużej mierze nowym produktom i nowym systemom dystrybucji – książkom dołączanym do gazet i czasopism w formie tzw. kolekcji”⁴⁷. **Zacieśnieniu uległy związki pomiędzy wydawcami prasy i książek.** Cechą charakterystyczną tego okresu stała się wielomedialność, także w przypadku interesującej nas płaszczyzny. Poprawiła się również sytuacja na rynku dystrybucji (unowocześnienie bazy technicznej, pojawienie się nowych kanałów sprzedaży).

Innym czynnikiem, wpływającym na wzrost rynku, był sukces książek poświęconych Janowi Pawłowi II oraz niesłabnąca popularność m.in. kolejnych powieści D. Browna i J. K. Rowling. Na listach bestsellerów znajdowali się również wcześniej wymieniani pisarze, jak choćby J. Chmielewska czy M. Musierowicz, ale też R. Kapuściński i W. Szymborska. Po raz pierwszy od 2000 r. zwiększyła się liczba nowych wydań, wzrosło także zjawisko dywersyfikacji.

Podsumowując, lata 1989–2005 to okres szczególnie w historii rynku wydawniczo-księgarskiego w Polsce. Przeobrażenia, którym w tym czasie podlegał, nie miały jednorodnego charakteru, w różnych okresach przebiegały z różnym nasileniem. Największe zmiany nastąpiły, co oczywiste, na początku lat 90. XX w. Później rynek ulegał wahaniom zarówno pod wzglę-

⁴⁵ Kolejno: Amber (265), Arlekin (227), C. H. Beck (256), Helion (301), Świat Książki (380), WSiP (619), Wydawnictwo Szkolne PWN (233) oraz Zysk i S-ka (216). Zob. „Ruch Wydawniczy w Liczbach: 2004” 2005, s. [17], 18. Nie należy również zapominać o Wydawnictwie Media Rodzina, które co prawda opierało swoją działalność głównie na wydawaniu cyklu o Harrym Potterze, ale właśnie dzięki temu tytułowi nabrało dużego znaczenia na rynku wydawniczym.

⁴⁶ Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2005...*, s. 46.

⁴⁷ Dzięki temu rynek odnotował wzrost o 11%. Więcej na ten temat zob. Ł. Gołębiowski, *Rynek książki w Polsce 2006. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2006, s. [25].

dem liczby wydawców, jak i charakteru oferty wydawniczej. Od roku 1990 do połowy 2005 zarejestrowano ok. 22 909 edytorów, ale

znaczna ich liczba, po wydaniu jednej lub kilku pozycji, zniknęła z rynku. Były też takie, które od początku nie nastawiały się na zapewnienie sobie trwałej pozycji, a wykorzystały najlepszą koniunkturę na określony typ publikacji i po dwóch, trzech latach zawiesiły swoją działalność⁴⁸.

W tabeli 1 zaprezentowano zarówno liczbę tytułów książek wydanych w Polsce, jak i te oficyny, które w latach objętych cezurą czasową niniejszego opracowania zarejestrowały największą liczbę tytułów.

Tabela 1. Tytuły książek wydanych w Polsce oraz największe (pod względem liczby publikowanych tytułów) oficyny wydawnicze w latach 2001–2005

Rok	Liczba tytułów książek wydanych w Polsce	Najwięksi wydawcy książek (pod względem liczby zarejestrowanych tytułów ^a)
2001	19 760	Wydawnictwa Naukowe PWN (357), WSiP (316), PWM (227), Arlekin (216)
2002	19 371	WSiP (445), Wydawnictwo Naukowe PWN (272), Arlekin (266), REBIS (245)
2003	20 780	WSiP (500), Świat Książki (345), Zysk i S-ka (317), Arlekin (293), Wydawnictwo Szkolne PWN (288), Prószyński i S-ka (266), Wydawnictwo Naukowe PWN (255), Amber (249), REBIS (207)
2004	22 475	WSiP (619), Zielona Sowa (476), Świat Książki (380), REBIS (302), Helion (301), C.H. Beck (256), Wydawnictwo Adam Marszałek (216), Wydawnictwo Szkolne PWN (233), Zysk i S-ka (216)
2005	19 999	WSiP (654), Świat Książki (321), Arlekin (282), Zielona Sowa (259), Wydawnictwo Naukowe PWN (247), C. H. Beck (218), Wydawnictwo Adam Marszałek (204)

^a Przyjęto w tym przypadku granicę powyżej 200 tytułów, wydawanych przez określonego edytora w danym roku.

Źródło: „Ruch Wydawniczy w Liczbach” 1989–2006.

Jakkolwiek analiza zagadnień związanych z popularnością wydawców książek nie jest tematem pracy, należy odnotować, że wśród niekwestionowanych liderów w badanym okresie znalazły się trzy oficyny: Arlekin, WSiP, Wydawnictwo Naukowe PWN. Dwie z nich specjalizowały się w ofercie

⁴⁸ „Ruch Wydawniczy w Liczbach L: 2004” 2005, s. [5].

przede wszystkim podręczników szkolnych i książek naukowych. Ten typ wydawnictw stanowił przez większą część badanego okresu znaczący udział w całej produkcji wydawniczej – zarówno pod względem liczby egzemplarzy wydanych tytułów, jak i liczby proponowanych pozycji⁴⁹.

Transformacja ustrojowa wpłynęła na znaczące zwiększenie liczby tłumaczeń, zarówno z języka polskiego, jak i na język polski. Jakkolwiek tendencja ta w latach 2001–2005 nie była już tak wyraźna jak w latach 90., to jednak nadal istniała. Najwięcej książek przetłumaczono z języka angielskiego, niemieckiego i francuskiego⁵⁰. Przeważały tytuły z literatury kobiecej. W latach 90. XX w. triumf odniosły powieści m.in. Hedwig Courths-Mahler, niemieckiej autorki egzaltowanych romansów, Barbary Cortland, pisarki pochodzącej z Wielkiej Brytanii, a także Danielle Steel, autorki ze Stanów Zjednoczonych czy norweskiej autorki Margit Sandemo. Z kolei w latach 2001–2005 swego rodzaju fenomenem były powieści H. Fielding, a na gruncie polskim K. Grocholi. Badany okres to lata największej popularności również takich autorów jak wspomniani wcześniej m.in. P. Coelho, J. Rowling, J. R. Tolkien, W. Wharton. Z polskich twórców wymienić w tym miejscu należy na przykład J. Chmielewską, St. Lema, M. Musierowicz, J. Pilcha, A. Sapkowskiego.

Były to lata nie tylko sukcesów niektórych wydawców, ale i czas bestsellerów, ciekawych debiutów i ich ekranizacji. O ilu z nich czytelnicy dowiadawali się z prasy?

W 2006 r. Ł. Gołębiewski stwierdził: „Coraz częściej ważnym tytułom towarzyszą wielkie kampanie promocyjne”⁵¹, dodając: „mali wydawcy coraz rzadziej decydują się na płatną reklamę, szukając w ramach umów barterowych patronów medialnych albo w ogóle rezygnując z promocji”⁵². W jakim stopniu obserwacje te sprawdziły się w badanym okresie w przypadku omawianych periodyków? Czy mniejsze oficyny wydawnicze rzeczywiście rezygnowały z reklamy swej oferty? Czy duże wydawnictwa, jak choćby wymienione wyżej, faktycznie korzystały między innymi z łamów wybranych pism, by zachęcić odbiorców do sięgnięcia po określone tytuły? Czy w badanych czasopismach informowano o wspomnianych autorach i ich książkach? Czy wydawcy książkowi i prasowi, w obliczu opisanych zmian⁵³, zjednoczyli swe wysiłki, „aby nie ucichł szelest przewracanych kartek...”⁵⁴? Odpowiedzi na te pytania będą przedmiotem rozważań w toku dalszych wywodów.

⁴⁹ Zob. „Ruch Wydawniczy w Liczbach” za lata 2001–2005.

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ Ł. Gołębiewski, *Rynek książki w Polsce 2006...*, s. 44.

⁵² *Ibidem*, s. 79.

⁵³ Zmiany te lapidarnie ujął Jarosław Rdzanek: „kiedyś trzeba było polować na książkę. Dziś – na czytelnika...”. Zob. J. Rdzanek, *Reklamą rynek stoi*, „Wydawca” 1997, nr 11, s. 31.

⁵⁴ Tytuł wywiadu z Rafałem Skąpskim, zob. [rozm. Andrzej Palacz], „aby nie ucichł szelest przewracanych kartek...” [pis. oryg.], „Wydawca” 2002, nr 5, s. 5.

1.2. Rynek prasy w Polsce. Główne tendencje rozwojowe¹

Czynniki, wymienione we *Wstępie*, wpłynęły zasadniczo także na kształt rynku prasowego w Polsce. Wspomniane ustawy², które znalazły potwierdzenie w przyjętej 2 kwietnia 1997 r. Konstytucji, zdeterminowały dalsze losy mediów w Polsce. Artykuł 14 Konstytucji stwierdzał, że Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność prasy i innych środków społecznego przekazu, wolność wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji³. Zlikwidowano cenzurę, zakazano koncesjonowania prasy⁴, zagwarantowano obywatelom dostęp do informacji publicznych. W następnym okresie znaczący wpływ na przepisy regulujące funkcjonowanie polskich mediów miało wejście Rzeczypospolitej Polskiej w struktury Unii Europejskiej, w wyniku czego nasz kraj zobowiązany był do stopniowego przejmowania określonych umów międzynarodowych⁵. Dzięki tym zmianom rynek prasowy w Polsce zaczął ulegać dynamicznym przeobrażeniom, wielokrotnie analizowanym i opisywanym w literaturze przedmiotu⁶. Jeden z badaczy, Ryszard Filas, podzielił interesujący nas okres na następującą fazę⁷:

¹ Celem niniejszego rozdziału nie jest szczegółowe omawianie przemian, które nastąpiły na rynku prasy w Polsce w latach 1989–2005, a jedynie zasygnalizowanie najważniejszych zmian oraz najistotniejszych zjawisk, które miały wtedy miejsce, a które wpłynęły na funkcjonowanie omawianych w dalszej części pracy, periodyków. Nie poruszono w tym miejscu zagadnień, związanych z instytucjami, składającymi się na infrastrukturę mediów (pominięto np. kwestię kolportażu prasy czy funkcjonowanie agencji prasowych). Ich omawianie znacznie zwiększyłoby objętość niniejszego opracowania, a nie są one jego głównym przedmiotem.

² Przede wszystkim Ustawa o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch” z 22 marca 1990 r. oraz Ustawa o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu tych organów i zmianie Ustawy Prawo prasowe z 11 kwietnia 1990 r., zob. „Dziennik Ustaw” 1990, nr 29, poz. 173.

³ *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1997.

⁴ Jednocześnie dopuszczając możliwość koncesjonowania mediów elektronicznych (art. 54).

⁵ Między innymi dotyczących ochrony praw autorskich; wśród tych umów znalazł się np. Akt paryski konwencji berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych, zob. załącznik do „Dziennika Ustaw” 1990, nr 82, poz. 474, czy Porozumienie w sprawie handlowych aspektów praw własności intelektualnej, zob. załącznik do „Dziennika Ustaw” 1996, nr 32, poz. 143.

⁶ Zob. m.in. prace Zbigniewa Bajki, Ryszarda Filasa, Ignacego Fiuta, Jarosława Kani, Tomasza Mielczarka.

⁷ R. Filas, *Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1–2, s. [31]–58; idem, *Rośnie dominacja mediów elektronicznych – nowa faza przemian polskiego rynku*, *ibidem*, 2003, nr 3–4, s. [7]–34; idem, *Rynek prasy codziennej w Polsce przed „Faktem” i z „Faktem”*, *ibidem*, s. [7]–32; idem, *Polski rynek prasy codziennej w I dekadzie XXI wieku (w szczególności po roku 2003)*, *ibidem*, 2008, nr 3–4, s. [7]–26.

- 1) „żywiolowego entuzjazmu i wymuszonych przekształceń starych tytułów”⁸,
- 2) „pozornej stabilizacji i zmian podskórnych w prasie i radiu”⁹,
- 3) „otwartej walki o rynek mediów, zwłaszcza audiowizualnych”¹⁰,
- 4) „zagospodarowania rynku po pierwszym procesie koncesyjnym i inwazji tygodników niemieckich”¹¹,
- 5) „nowego podziału rynku mediów i postępującej specjalizacji”¹²,
- 6) „rosnącej dominacji mediów elektronicznych w warunkach kryzysu ekonomicznego”¹³,
- 7) „przebudowy oferty mediów tradycyjnych wobec spodziewanej inwazji nowych technologii medialnych”¹⁴.

Pierwszy etap obfitował w najwięcej wydarzeń, które ukształtowały rynek prasowy. W tym czasie wprowadzono w życie dwie już wymienione ustawy.

Bezpośrednim efektem pierwszej z nich było przeprowadzenie przez specjalnie powołaną Komisję Likwidacyjną inwentaryzacji majątku RSW „Prasa-Książka-Ruch” i określenie możliwości jego prywatyzacji. Przewidziano trzy drogi: sprzedaż w drodze przetargu (adresowanego także do firm z kapitałem zagranicznym), przekazanie tytułów spółdzielniom dziennikarskim oraz ewentualne ich przejmowanie przez Skarb Państwa. Prywatyzacja koncernu wywołała wiele konfliktów i dyskusji. Krytykowano pośpiech, z jakim przygotowywano samą ustawę, przez co zabrakło w niej dostatecznie precyzyjnych określeń. To z kolei dawało dużą dowolność jej interpretacji, a w konsekwencji swobodę w działaniu Komisji¹⁵. Procesowi likwidacji RSW towarzyszyły także nierzadko roszady kadrowe w redakcjach sprzedawanych pism, co miało na celu zmianę dotychczasowego układu politycznego, widocznego szczególnie na stanowiskach redaktorów

⁸ Obejmujący okres od maja 1989 do połowy 1991 r.

⁹ To miesiące od połowy 1991 do końca 1992 r.

¹⁰ Okres od początku 1993 do końca sierpnia 1994 r.

¹¹ Od września 1994 do końca 1996 r.

¹² Faza trwająca w latach 1997–1999.

¹³ Lata 2000–2003.

¹⁴ To okres, częściowo wychodzący poza cezurę pracy: lata 2004–2008.

¹⁵ Teoretyczne założenia nie zawsze znajdowały zastosowanie w praktyce, wiele nieścisłości związanych było z kwestiami własnościowymi i majątkowymi. Dwa lata później Najwyższa Izba Kontroli wskazała Komisji wiele błędów, zaniedbań i naruszeń prawa, wśród których znalazł się m.in. zarzut nieekonomicznej sprzedaży tytułów. Na przykład, w 43% przypadków nie wybrano ofert finansowo najkorzystniejszych. Za: O. Dąbrowska-Cendrowska, *Niemieckie koncerny prasowe w Polsce w latach 1989–2008*, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2009, s. 20. Zob. też *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Studium Dziennikarskie Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2004, s. 86–87.

naczelnych wydawanych dotąd tytułów. W ten sposób jedną z pierwszych wyraźnych konsekwencji wynikających z transformacji (w odniesieniu do prasy) stała się wymiana kadry dziennikarskiej. Inną było bardzo duże zainteresowanie koncernów zagranicznych inwestycjami prasowymi w Polsce, które przerosło oczekiwania ustawodawców.

Druga chronologicznie ustawa, dotycząca zniesienia cenzury, przyniosła wolność i niezależność prasy, zlikwidowała istniejący dotąd system mediów i wprowadziła długo oczekiwaną wolność słowa¹⁶. Odtąd

Prasa zgodnie z konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawa obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej¹⁷.

Dotychczasowy porządek został złamany, pojawił się element konkurencji o czytelnika. Prasa musiała odtąd nauczyć się funkcjonowania w nowych, wolnorynkowych warunkach, opartych na pluralizmie politycznym.

Nastąpił gwałtowny i żywiołowy rozwój wielu niezależnych inicjatyw wydawniczych (głównie o zasięgu lokalnym). Pojawiły się również „balony sondażowe”. Zaczęły powstawać wydawnictwa, publikujące przede wszystkim „kalki”, w znaczeniu kopii pism zachodnich (zwłaszcza niemieckich i szwajcarskich) w języku polskim. W stosunkowo krótkim czasie zdobyły one olbrzymią popularność wśród czytelników. Nowością stały się też periodyki, poświęcone zdrowiu, jego ochronie i higienie życia codziennego. Zaczęto wydawać także pisma feministyczne. Ważnym wydarzeniem tego okresu było pojawienie się na rynku „Gazety Wyborczej”. Pierwszy jej numer trafił do odbiorców 8 maja 1989 r., zyskując od początku grono czytelników¹⁸. Jednocześnie istniejące dotąd tytuły musiały poddać się licznym przekształceniom zarówno organizacyjnym (m.in. wspomniane już zmiany na szczeblu kierowniczym czy, z podobnych powodów, zmiany tytułów lub podtytułów), jak i własnościowym. Pod naporem ofensywy nowych, przeważnie niskonakładowych, pism nastąpiło znaczące zmniejszenie nakładów prasy.

Natomiast dla odbiorców mediów, szczególnie zaś czytelników prasy, były to czasy przewartościowań dotychczasowych, nierzadko wieloletnich, przyzwyczajzeń. Czytelnictwo uległo załamaniu. Spadła liczba czytelników

¹⁶ Ustawa *de facto* zalegalizowała stan faktyczny, jako że działalność cenzury wyraźnie osłabła pod koniec 1989 i na początku 1990 r.

¹⁷ „Dziennik Ustaw” 1990, nr 29, poz. 173. Artykuł 1 Prawa prasowego.

¹⁸ Powstanie „Gazety Wyborczej”, zob. np. M. Przybysz-Stawska, „*To się czyta*”. *Promocja w dodatkach do wybranych polskich gazet codziennych w latach dziewięćdziesiątych XX wieku*, Wydawnictwo Ibidem, Łódź 2006, s. [42]–51.

pism codziennych, poszerzył się jednak odbiór wielu czasopism, szczególnie ilustrowanych, kobiecych czy niektórych specjalistycznych.

Kolejne miesiące, pomimo braku stabilizacji politycznej¹⁹, były korzystne dla rynku prasy. Nastąpiły roszady własnościowe: rozproszone dotąd prawa własności do tytułów wcześniej sprzedanych lub oddanych spółdzielniom dziennikarskim zostały przekazane nowym wydawcom (głównie zagranicznym). Jednocześnie ustabilizowała się sytuacja w grupie starych periodyków: te, którym udało się przetrwać najtrudniejszy okres, wzmocniły się nie tylko pod względem organizacyjnym, ale również i technicznym. Wiele czasopism, szczególnie magazynów kobiecych i młodzieżowych, drukowano (z powodu braku dostatecznej bazy poligraficznej w kraju) za granicą, za to na lepszym jakościowo papierze; do czytelnika trafiały tytuły w odmienionej, bardziej kolorowej, szacie graficznej. Sukcesem zakończył się debiut nowych pism młodzieżowych: „Bravo” i „Dziewczyny”²⁰. Pojawił się wówczas także nowy typ prasy (tzw. prasa serca i prasa rewolwerowa). W efekcie nastąpiło ożywienie czytelnictwa, chociaż jednocześnie spadło zainteresowanie odbiorców periodykami poważnymi (wyjątek stanowiły tygodniki „Polityka” i „Wprost”). Znaczenia zaczęły nabierać tytuły reprezentatywne dla nowego typu prasy, czego przykładem może być chociażby miesięcznik „Pani” czy „Twój Styl”.

Szczególnie dobry okres dla rozwoju czasopism, zwłaszcza tygodników, rozpoczął się w 1993 r. W tym czasie, wraz z „umacnianiem nowych tytułów kosztem starych i umiędzynarodowieniem form własności”²¹, nastąpiły istotne zmiany na rynku mediów elektronicznych²², które wpłynęły również na sytuację prasy. Uruchomienie nowych stacji radiowych i telewizyjnych spowodowało powstanie nowej grupy tytułów: były nimi tygodniki repertuarowe, oparte na wzorach swych zachodnich odpowiedników. Na nową sytuację szybko zareagowały również dzienniki ogólnopolskie, oferując czytelnikom wkładki telewizyjne, dołączane do wydań głównych. Jednocześnie był to okres szczególnie dobry dla prasy kobiecej i młodzieżowej: wiele tytułów z tego segmentu rynku wzmocniło swą pozycję (na przykład „Dziewczyna” i „Twój Styl”).

Jednak już w drugiej połowie 1993 r. poziom czytelnictwa uległ załamaniu i to zarówno w odniesieniu do gazet, jak i czasopism, co było w pewnej mierze spowodowane wzrostem zainteresowania odbiorców innymi mediami. Niekorzystna dla prasy sytuacja utrzymała się do końca sierpnia 1994 r. Wtedy to nastąpiły roszady wśród koncernów zagranicz-

¹⁹ Jesienią 1991 r. przeprowadzono przyspieszone wybory parlamentarne, trzykrotnie zmieniał się rząd, nastąpił zwrot ku centroprawicy, lustracja i dekomunizacja.

²⁰ Były to kolejne kalki pism zachodnich.

²¹ R. Filas, *Pięć lat...*, s. 61.

²² Jedną z nich było powstawanie nowych, prywatnych stacji radiowych i telewizyjnych.

nych, inwestujących w polską prasę. Dzienniki lokalne, wydawane przez Roberta Hersanta, zostały przejęte przez niemiecki koncern Passauer Neue Presse, swoją pozycję umocniła również norweska Orkla, zainteresowana podobnym segmentem rynku. Jednocześnie pojawiła się ogromna grupa nowych, bardzo tanich wysokonakładowych kolorowych tygodników (ogólnorodzinnych, kobiecych, sensacyjno-rozrywkowych i plotkarskich, w których nad tekstem dominowały ilustracje i zdjęcia), wydawanych głównie przez niemieckie koncerny medialne (Heinrich Bauer, G+, Axel Springer). W krótkim czasie wpłynęły one na nowy sposób odbioru prasy. Jak pisze R. Filas:

W hierarchii najpoczytniejszych czasopism nastąpiła wręcz rewolucja [...], a co więcej – ukształtował się nowy sposób recepcji prasy, który [...] nazwalibyśmy [...] „ogłądactwem”²³.

Nowe pisma zyskały (kosztem starych tytułów) olbrzymią popularność. W odniesieniu do prasy opinii, która jest przedmiotem jednego z rozdziałów pracy, czytelnictwo dwóch wiodących tygodników („Polityki” i „Wprost”) ustabilizowało się na określonym poziomie. Był to przede wszystkim wynik starań redakcji; na przykład pierwszy ze wspomnianych tytułów przekształcił się w tym czasie w kolorowy magazyn, z nowoczesną grafiką. Natomiast w segmencie prasy kobiecej pojawił się m.in. miesięcznik „Elle”, stanowiący forpocztę magazynów, wzorowanych na tytułach zachodnich. Warto odnotować, że w tym okresie to właśnie czasopisma wpływały na ożywienie rynku.

Wiele znaczących zmian nastąpiło w latach 1997–1999. Niektóre z nich były konsekwencją przemian, zachodzących w mediach audiowizualnych. Rozdzielano wtedy nowe koncesje, następowała konsolidacja stacji radiowych, zwiększyła się liczba polskojęzycznych kanałów telewizyjnych, widoczna była jednocześnie postępująca specjalizacja mediów. Wszystko to miało wpływ na poziom czytelnictwa i wzrost rywalizacji na rynku prasy. Jednym z efektów tej sytuacji była wyraźna i gruntowna selekcja oferty, zwłaszcza w segmencie prasy codziennej. Natomiast wśród czasopism ukształtowała się wyraźna hierarchia tytułów, reprezentatywnych dla większości grup (głównie kobiecych, rozrywkowo-plotkarskich i telewizyjnych), a także widoczna redukcja nakładów wydawanych periodyków. W tym czasie zniknęły z rynku tytuły, które istniały na nim od kilkudziesięciu lat (m.in. „Słowo”, „Sztandar Młodych”). Czytelnicy prasy, podobnie jak widzowie telewizji, chętniej przyjmowali treści i obrazy, oparte na wzorach zachodnich²⁴, chociaż wzrosło równocześnie zainteresowanie prasą specja-

²³ R. Filas, *Dziesięć lat...*, s. 46.

²⁴ Więcej, zob. *ibidem*, s. 55.

listy, co wpisywało się w ówczesną tendencję do zapełniania dotychczasowych nisz prasowych. Taką funkcję spełniały również powstające wówczas tzw. *partworki*, pisma kolekcjonerskie, mające zamknięty cykl wydawniczy (na przykład „Dinozaury”, „Życie Świata”). Warto również zwrócić uwagę na liczną grupę tytułów zaliczanych do pism lokalnych i sublokalnych²⁵ oraz na pojawienie się pism alternatywnych (zinów).

Dwanaście ostatnich lat XX w., zapoczątkowanych transformacją ustrojową ze wszystkimi jej konsekwencjami, także w odniesieniu do rynku prasy, to okres niezwykle istotnych przemian, korzystny pod względem ilościowym, chociaż niezupełnie w odniesieniu do jakości wydawanej prasy. Jak pisał T. Mielczarek:

Z jednej strony media zyskały całkowitą niezależność i nie były już instrumentem do realizacji polityki władz państwowych, z drugiej zaś, niska efektywność polskiego sądownictwa otworzyła przed nimi możliwości nieprzewidziane przez ustawodawcę. Dziennikarze dość szybko poznali swoją siłę i niekiedy nadużywali przyznanej im wolności. [...] Choć dzięki temu wielokrotnie udało się przeciwdziałać nadużyciom, a niekiedy i pospolitym przestępstwom, publikacje dotknęły też osoby o kryształowej wręcz uczciwości. To z kolei pociągnęło za sobą procesy sądowe i szeroką dyskusję o granicach wolności wypowiedzi²⁶.

Niezależnie jednak od pozytywnych czy negatywnych efektów, okres ten przygotował grunt pod kolejne zmiany, zapoczątkowane rokiem 2001, a zatem dolną granicą czasową, obejmującą prezentowaną pracę.

W ciągu trzech pierwszych lat XXI w. funkcjonowanie rynku prasy w Polsce w znaczący sposób kształtowała sytuacja w sferze gospodarki naszego kraju. Panował wówczas okres stagnacji, co dla mediów oznaczało m.in. spadek zainteresowania reklamodawców promocją własnej oferty, w konsekwencji zaś redukcję wpływów z reklam, zmniejszenie liczby czytelników (co wynikało także m.in. z ubożenia społeczeństwa), a to wszystko przekładało się na zmniejszenie nakładów prasy. Nie bez znaczenia były również zmiany, zachodzące w grupie nowych form komunikowania indywidualnego (telefonii komórkowej), które przełożyły się na przykład na nową formę kontaktu na poziomie media-ich odbiorca. Znalazło to swój wyraz choćby w konkursach typu audiotele, głosowaniu w rozmaitych plebiscytach i quizach, także w kontakcie sms-owym czytelników prasy z redakcjami wybranych tytułów. Kolejnym czynnikiem, kształtującym funkcjonowanie gazet i czasopism w owym okresie, była rosnąca popular-

²⁵ Więcej na temat prasy lokalnej i sublokalnej zob. np. W. Chorążki, *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1/2, s. 59–82; R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2002.

²⁶ T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 17.

ność nowego medium, jakim był Internet. Dla czwartej władzy stał się on wyzwaniem, któremu musiała sprostać, szczególnie że ponad 92% czasu, przeznaczanego przez odbiorców na korzystanie z mediów, było przez nich wykorzystywane na media elektroniczne²⁷. Reklamodawcy, opierając się na tym fakcie, chętniej korzystali z możliwości dotarcia do klientów, wykorzystując telewizję, radio, a także Internet, w niewielkim tylko stopniu sięgając do prasy. Z drugiej jednak strony, wraz ze zwiększeniem się liczby osób korzystających z Internetu, wzrosła również liczba potencjalnych odbiorców prasy w jej nowej formie. Gazety *on-line*, dziennikarstwo obywatelskie, portale internetowe czasopism – to znak czasu tamtych lat.

Naturalnie wydawcy w rozmaity sposób starali się zapobiegać niekorzystnej dla siebie sytuacji. Poza wspomnianą formą obecności w Internecie²⁸, konwergencją mediów²⁹, coraz szerszym zjawiskiem stawała się tzw. gadżetomania (dołączanie do wybranych numerów pism „prezentów”). Początkowo ograniczała się ona do prasy kobiecej i codziennej, szybko jednak stała się cechą także innych typów czasopism.

Pomimo podjętych działań, okres ten charakteryzuje zastój w odniesieniu do wysokości nakładów drukowanych i kryzys sprzedaży na rynku prasy codziennej. Jej sytuację pogarszała także, rozwijająca się podówczas, prasa bezpłatna³⁰. Pogłębiały się również zmiany na rynku czasopism, szczególnie w odniesieniu do tygodników i dwutygodników (sytuacja tytułów o rzadszej częstotliwości, zwłaszcza miesięczników, była korzystniejsza: nastąpił wzrost podaży zarówno tytułów, jak i nakładów drukowanych)³¹. Wyjątkiem była sprzedaż tygodników kobiecych, a także efektowny sukces „Przekroju” w jego nowej formule.

²⁷ Za: R. Filas, *Rośnie dominacja mediów elektronicznych – nowa faza przemian polskiego rynku*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003, nr 3–4, s. 9.

²⁸ Zob. np. L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, m.in. s. 29–32; M. Przybysz-Stawska, *Prasa w Internecie, czyli interaktywne formy spędzania wolnego czasu*, [w:] „Cudne manowce?” *Kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie*, red. nauk. W. Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Olsztyn 2008; eadem, *Wprost z Internetu. Budowanie nowego wizerunku prasy*, [w:] *Biblioteka, książka, informacja, Internet 2010*, red. Z. Osiński, Instytut Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej UMCS w Lublinie, Lublin 2010; eadem, *Tradycja i nowoczesność czwartej władzy (na przykładzie tygodników opinii: „Polityki”, „Wprost” i „Newsweek Polska”)*, UMK, Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych UMK Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej [w druku].

²⁹ Konwergencja środków masowego przekazu była już wówczas zjawiskiem wyraźnym na rynku, opisywanym i analizowanym w literaturze. Zob. np. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

³⁰ Więcej na temat zjawiska prasy bezpłatnej w Polsce zob. m.in. I. St. Fiut, *Prasa bezpłatna w Polsce w latach 1999–2001*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2002, z. 1–2, s. 69–83; I. Marecka, *Gazeta za darmo: nasila się rywalizacja na rynku prasy bezpłatnej*, „Przegląd” 2001, nr 4, s. 45–46.

³¹ R. Filas, *Rośnie dominacja mediów...*, s. 20.

W tym czasie umocnili swą pozycję na rynku polskim wydawcy zagraniczni³². W przypadku rynku regionalnego nastąpił jego podział pomiędzy dwa koncerny: Polskapresse (jako polskiego przedstawiciela Verlagsgruppe Passau) i norweską Orklę. Z kolei w odniesieniu do rynku czasopism należy podkreślić, pomimo wspomnianego kryzysu, wyraźną aktywność Wydawnictwa Bauer, które sięgnęło m.in. po kobiece tytuły z tzw. wyższej półki (jak choćby miesięcznik „Twój Styl”) oraz prasę młodzieżową (na przykład „Filipinkę”). Uaktywnił się także koncern G+J oraz Axel Springer, który dołączył do swego portfolio tygodnik opinii, wydawany na licencji amerykańskiej, „Newsweek Polska”, a także (wzorowany na niemieckim tabloidzie) „Fakt”. Pozostali wydawcy (m.in. Burda, Edipresse Polska czy Hachette-Filipacchi) również podejmowali próby wprowadzenia na rynek, z różnym skutkiem, nowych tytułów. Niektórzy (jak choćby Wydawnictwo Bauer), starając się zdobyć szersze grono czytelników, proponowali czytelnikom bardzo tanie tytuły pism repertuarowych (tzw. *tw-quides*), kobiecych (Burda) oraz rozrywkowo-plotkarskich.

Działania obcych koncernów zaktywizowały również rodzimych wydawców. Liczącym się wydawcą prasy stała się Agora SA: zainwestowała ona w wykupienie kilkunastu tytułów czasopism od Wydawnictwa Prószyński i S-ka. Jednocześnie Agencja Wydawniczo-Reklamowa „Wprost” oraz Spółdzielnia Wydawnicza „Polityka” podjęły w tym czasie walkę o czytelnika, przejmując nowe tytuły oraz inwestując (szczególnie tygodnik „Wprost”) w Internet.

Niemal wszyscy wydawcy, prowadząc działania, mające pomóc im przetrwać w okresie kryzysu gospodarczego, zmieniali również szaty graficzne wydawanych przez siebie pism, poprawiając tym samym ich atrakcyjność. Działania te zintensyfikowały się szczególnie w roku 2003, a widoczne były zwłaszcza w odniesieniu do periodyków kobiecych.

Kryzys na rynku reklamowym zakończył się w 2003 r., chociaż udział prasy w podziale zysków pozostał na wcześniejszym poziomie (zmieniły się jedynie proporcje w tym względzie pomiędzy prasą codzienną a czasopismami)³³. Liczba tytułów gazet i czasopism zarejestrowanych w tym czasie zwiększyła się o 120 tytułów. Jednocześnie spadł ich jednorazowy nakład³⁴. Nastąpiło wyraźne ożywienie na rynku gazet ogólnopolskich, co było m.in. pozytywnym efektem nowych inicjatyw marketingowych. Widoczna była

³² Więcej na temat kapitału zagranicznego w prasie polskiej zob. m.in. Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskiej prasie – lata 90-te*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, nr 1–2, s. 21–35; K. Cira, *Zagraniczne koncerny prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych*, *ibidem*, 2000, nr 1–2, s. [7]–33.

³³ Zob. R. Filas, *Rynek prasy codziennej w Polsce przed Faktem i z Faktem*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2005, nr 3–4, s. [7].

³⁴ „Ruch Wydawniczy w Liczbach XLIX: 2003” 2004, s. 7.

jednak równoczesna tabloidyżacja pism codziennych. Zwiększeniu uległa liczba tytułów prasy bezpłatnej, wydań specjalnych niektórych magazynów, a także liczba mutacji wydań głównych danego tytułu.

Wśród liczących się koncernów pojawił się brytyjski Mecom, który przejął Orkla Press Polska i odtąd działał jako spółka Media Regionalne. Wraz z Polskapsresse stał się największym wydawcą prasy codziennej w Polsce³⁵.

Na ostatnie omawiane lata przypadł dynamiczny rozwój gospodarczy, związany m.in. ze wspomnianym wyżej wstąpieniem Polski do Unii Europejskiej³⁶. Nastąpiło zrozumiałe w takiej sytuacji ożywienie. Dominacja mediów elektronicznych, tak widoczna w poprzednim okresie, nadal istniała, chociaż równocześnie prasa tradycyjna w większości tytułów była już obecna także w Internecie w postaci stron www i wersji e-wydań³⁷. Wydawcy odpowiedzieli w ten sposób na postępujący rozwój technologii i wzrost znaczenia Internetu. Rosnąca liczba internautów, możliwości interaktywne, jakie dawało nowe medium, stały się cechą charakterystyczną tego okresu i otwierały nowe perspektywy dla wydawców tradycyjnych, będąc dlań jednocześnie, jak pisał R. Filas, raczej wyzwaniem niż faktyczną konkurencją.

Prasa przebyła długą drogę od roku 1989: kwintesencją jej przeobrażeń wydaje się być tytuł opracowania T. Mielczarka³⁸ (tu podany w nieco odmiennym postaci): przejście od monopolu do pluralizmu, a następnie proces koncentracji. Zmieniła się zarówno forma wydawanych periodyków, jak i ich zawartość merytoryczna. Prasa początku XXI w. różniła się już znacząco od tej wydawanej w 1989 r. Interesujący, a być może nawet znamieny, wydaje się przy tym fakt, że pomimo licznych zmian, którym podlegał rynek, przetrwało kilka pism z „peerelowskim rodowodem”. Wśród nich znajdują się dwa tytuły, będące m.in. przedmiotem niniejszej pracy.

Rok 2005 zamknął się liczbą 49 tytułów dzienników i 6672 tytułami czasopism, zarejestrowanych w Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, przy czym największą grupę stanowiły dwumiesięczniki i kwartalniki (2156), zaś

³⁵ Więcej na temat funkcjonowania prasy codziennej tego okresu, zob. R. Filas, *Polski rynek prasy codziennej w I dekadzie XXI wieku (w szczególności po roku 2003)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 3–4, s. [7]–26.

³⁶ Polska stała się członkiem wspólnoty od 1 kwietnia 2004 r.

³⁷ Na temat podobieństw i różnic pomiędzy prasą tradycyjną i jej wersjami on line powstało kilka interesujących prac, m.in. Z. Szkutnik, *Czasopisma elektroniczne – szanse i problemy*, „Biblioteka” 1998, nr 2, s. 71–84; M. Stepowicz, *Cechy formalne czasopism internetowych w odniesieniu do analogicznych publikacji drukowanych*, SBP, Warszawa 2000.

³⁸ T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

tygodniki zajmowały w tej klasyfikacji miejsce przedostatnie (375)³⁹. Warto jednakże zaznaczyć, że jakkolwiek ogólna liczba tytułów na rynku prasowym wzrosła⁴⁰, to jednak równocześnie ich nakłady, w porównaniu z poprzednimi latami, były mniejsze.

Jak wyglądała sytuacja tych typów czasopism, które są przedmiotem prezentowanej pracy? Otóż ekskluzywne magazyny, adresowane do kobiet, zostały zaliczone przez R. Filasa do grupy pism „o znaczym potencjale wzrostu”. Natomiast prasa ogólnomłodzieżowa znalazła się jego zdaniem na „drodze spadkowej”, zaś prasę opinii określił mianem „magazynów w stanie stagnacji”⁴¹.

Jakim okolicznościom i działaniom zawdzięczały one swój sukces lub porażkę? Jak w kontekście ich rosnącej lub słabnącej popularności wyglądała informacja na temat książki, zamieszczana na ich łamach? Czy problematyka związana z literaturą była ważnym punktem w polityce redakcyjnej każdego z nich?

Kolejne rozdziały pracy przyniosą odpowiedź na te pytania.

³⁹ Dane za: R. Filas, *Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, nr 1–2, s. 14.

⁴⁰ Po 2000 r. wprowadzono na rynek 40 nowych tytułów, za: *ibidem*, s. 23.

⁴¹ *Ibidem*, s. 29, 47, 40, 37.

Rozdział 2

PRASA OPINII

2.1. Prasa opinii. Krótka charakterystyka

Zgodnie z definicją, prasa opinii to

określenie różnych typów prasy, komentującej uprzednio już rozpowszechnione przez gazety informacje o wydarzeniach w celu urabiania opinii publicznej i kształtowania postaw; prasa realizująca przede wszystkim funkcje propagandowe. W przeciwieństwie do prasy informacyjnej prasa opinii częściej bywa wyrazem świadomości indywidualnej, tzn. wyraża indywidualne przekonania autorskie. Wiąże się to m.in. z faktem, iż ten typ prasy (charakteryzujący się większą niż gazety amplitudą periodyczności) jest wyraźniej zindywidualizowany pod względem tematycznym i kręgu odbiorców. Do prasy opinii w Polsce można zaliczyć prasę społeczno-polityczną i społeczno-kulturalną¹.

Ten typ prasy stosunkowo rzadko był przedmiotem publikacji²; w tej niewielkiej grupie znaczna część tekstów odnosiła się do pism społeczno-kulturalnych, nie zaś prasy społeczno-politycznej, która jest przedmiotem niniejszego rozdziału³. Warto jednak zatrzymać się na chwilę przy wspólnej dla nich historii.

¹ *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1976, s. 179.

² Zob. np. O. St. Czarnik, *Między dwoma Sierpniami. Polska kultura literacka w latach 1944–1980*, Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 1993, s. 255–276; I. St. Fiut, *Pisma społ.-kulturalne w latach 1989–2000*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3/4, s. 64–81; K. Koźniewski, *Historia co tydzień. Szkice o tygodnikach społeczno-kulturalnych 1944–1950*, Czytelnik, Warszawa 1977; T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury do Polityki. Tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne PRL*, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2003; J. Myśliński, *Tygodniki społeczno-kulturalne. Lektura polskiej inteligencji*, [w:] Valeriana. *Eseje o komunikowaniu między ludźmi*, red. J. Mikułowski-Pomorski, Z. Bajka, Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1996; B. Sordylowa i in., *O sytuacji polskich czasopism kulturalnych i naukowych*, „Rocznik Biblioteki Narodowej” 1996, t. 32, s. 33–46.

³ Nie podejmowano w tym miejscu wątku prasy społeczno-literackiej, mieszczącej się w ramach czasopiśmiennictwa społeczno-kulturalnego.

Tomasz Mielczarek stwierdził, że czasopisma społeczno-polityczne i społeczno-kulturalne były specyficznym wytworem lat Polski Ludowej⁴, choć jednocześnie przyznawał, że ich początki⁵ odnaleźć można już w wieku XVIII (w wydawanym w Anglii „Spectatorze” czy polskim „Monitorze”), a także w okresie XX-lecia międzywojennego (w postaci takich tytułów, jak choćby „Kultura” czy „Wiadomości Literackie”)⁶. W latach PRL pisma tego typu podlegały, podobnie jak wszystkie periodyki, silnej indoktrynacji, szczególnie zaś prasa opinii służyć miała szerzeniu określonych idei. Takie cele postawiono m.in. przed powołaną do życia w 1950 r. „Nową Kulturą” czy tygodnikiem „Polityka”, powstałym siedem lat później⁷. Aż do 1970 r. władze partyjne bardzo uważnie śledziły zawartość periodyków tego typu. Wraz z rezygnacją z funkcji I sekretarza KC PZPR Władysława Gomułki interesująca nas grupa pism zaczęła się w sposób wyraźny rozwijać. Zmieniła się jej zawartość, na jej łamach coraz częściej pojawiały się materiały publicystyczne i reportaże. T. Mielczarek podkreślał znaczenie tego typu czasopism, wskazując na ich kulturową rolę z jednej strony, a przesycenie jej zagadnieniami ideologiczno-politycznymi z drugiej⁸. Należy zaznaczyć, że ich wartość wzrastała, ze zrozumiątych względów, szczególnie w okresach kryzysów politycznych:

w latach Polski Ludowej zakres oddziaływania czasopism społeczno-kulturalnych i społeczno-politycznych był zaskakująco duży [...]. Choć według politycznych decydentów prasa ta miała być „pasmem transmitującym” ideologię marksistowską do polskiej inteligencji, efekty takiej działalności były problematyczne⁹.

Dalszy rozwój tej grupy pism nastąpił w połowie lat 70. Wzrosła wówczas ich liczba dzięki pojawieniu się konspiracyjnych tytułów, m.in. „Krytyki”, „Postępu”, „Res Publiki” czy „Zapisu”. W sierpniu 1980 r. prasa „drugiego obiegu” przybrała postać niezależnych biuletynów (na przykład „Informator Kulturalny Solidarności” czy „Obserwator Wielkopolski”). Wiele z nich miało charakter periodyków, zaliczanych do typu opiniotwórczego. Po wprowadzeniu stanu wojennego wszystkie one zostały zawieszono, dzieląc los całej ówczesnej prasy. Część z nich w 1981 r. reaktywowano

⁴ Warto jednak wskazać, że, jak podkreślił jeden z badaczy, samo określenie „prasa opinii” nie funkcjonowało w potocznym obiegu w tym okresie, pomimo iż pojawiło się jako hasło w wydanej w 1976 r. *Encyklopedii wiedzy o prasie*. Zob. *Tygodniki opinii – co to takiego?*, <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/tygodniki-opinii-co-to-takiego>, luty 2005.

⁵ Uwaga ta odnosiła się zwłaszcza do pierwszej grupy.

⁶ T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury...*, s. [79].

⁷ Trzeba jednak zaznaczyć, że „Polityka” została powołana głównie jako narzędzie walki z opozycyjnym tygodnikiem „Po prostu”.

⁸ T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury do...*, s. 349.

⁹ *Ibidem*, s. 107.

w zmienionej formie. Powstawały także nowe tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne; większość tego typu przedsięwzięć wydawniczych kończyła się jednak niepowodzeniem (jak choćby w przypadku periodyków „Tu i teraz” czy „Spraw i Ludzi”). Ciekawym, a zarazem kontrowersyjnym pomysłem był tygodnik „Rzeczywistość”, który powstał w 1981 r. z inicjatywy S. Olszowskiego, sekretarza KC PZPR¹⁰.

W połowie lat 80. pisma tego typu (szczególnie zaś tytuły, zaliczane do społeczno-kulturalnych) przeżywały głęboki kryzys, który trwał do upadku komunizmu w Polsce. Pomimo, iż ich nakłady systematycznie rosły, to jednak zawartość merytoryczna prezentowała sobą coraz niższy poziom. W drugiej połowie lat 80. zaczęto wydawać konspiracyjne, „trzeciobiegowe” pisma społeczno-kulturalne (na przykład „Czas Kultury”). Charakterystyczną cechą tego okresu był również rozwój prasy katolickiej, której wybrane tytuły także można zaliczyć do periodyków społeczno-kulturalnych (reaktywowany „Tygodnik Powszechny”, „Znak”).

Po 1989 r. nastąpiło wyraźne oddzielenie obydwu rodzajów, zaliczanych do tej grupy. Czytelnicy pamiętali rolę, jaką władze minionego ustroju przypisywały czasopismom społeczno-kulturalnym i społeczno-politycznym. Stąd kondycja i znaczenie oddziaływania tytułów reprezentujących szczególnie pierwszą grupę wyraźnie osłabły, a większość z nich uległa likwidacji (tak było chociażby z „Tygodnikiem Kulturalnym”).

Natomiast prasa społeczno-polityczna zaczęła rozwijać się innym nurtem, odgrywając coraz poważniejszą rolę na rynku prasowym w Polsce. Poza innymi czynnikami, nie bez znaczenia był fakt, że jej odbiorcami była przede wszystkim inteligencja, której wzrastająca z czasem liczba zwiększała zapotrzebowanie na tego typu prasę. W latach 2001–2005 do tej grupy zaliczano m.in. takie tytuły, jak „Arcana”, „Arka”, „Fakty”, „Newsweek Polska”, „Nie”, „Ozon”, „Polityka”, „Przekrój”, „Nowa”, „Więź”, „Wprost” i „Znak”.

Dzięki jakim staraniom dwa z nich – tygodniki „Polityka” i „Wprost” – przetrwały najtrudniejsze lata? Dzięki czemu trzeci z nich – „Newsweek Polska” – zdobył grupę wiernych czytelników, będąc przez pewien czas liderem grupy? Jak każdy z nich poradził sobie na rynku wydawniczo-prasowym u progu nowego tysiąclecia?

W jakim stopniu prezentowane w rozprawie pisma realizowały, wynikające z definicji, funkcje opiniotwórcze? Po jakie środki wyrazu, gatunki dziennikarskie sięgały redakcje każdego z nich? Czy czasopisma te rzeczywiście kształtowały poglądy swych odbiorców także w zakresie problematyki, związanej z książką? Czy każdy z nich zachował swój indywidualny charakter? A może ówczesne warunki wpłynęły nie tylko na ujednoczenie

¹⁰ Więcej zob. np. *ibidem*, s. 102–103.

formy tego typu pism, upodabniając je do kolorowych magazynów, ale również spowodowały unifikację proponowanych treści? Czy wobec tego, teksty zamieszczane na ich łamach „wyrażały indywidualne przekonania autorskie”? Czy wybrane do analizy tytuły spełniały, wynikające z definicji tego typu prasy, funkcje opiniotwórcze, również w dziedzinie kultury, literatury, promocji książki? Aby odpowiedzieć na te pytania, analizie poddano zawartość każdego z nich pod kątem ujętej w tytule opracowania problematyki.

2.2. „Polityka”: pismo pokoleń

Przez 50 lat swego istnienia tygodnik „Polityka” przechodził bardzo różnorodne, nieraz burzliwe koleje losu, towarzysząc nieprzerwanie polskiemu społeczeństwu w ważnych wydarzeniach politycznych i społecznych, zawsze – w granicach możliwości – służąc debacie politycznej, będąc znaczącym głosem polskiej inteligencji¹.

2.2.1. Pół wieku „Polityki”: historia czasopisma

Jednym z najstarszych w Polsce powojennej przedstawicieli pism opiniotwórczych jest tygodnik „Polityka”.

Pomysł jego utworzenia pojawił się już pod koniec listopada 1956 r., ale pierwszy numer ukazał się dopiero kilka miesięcy później: 27 lutego 1957 r. Tytuł został powołany do życia w swoistej sytuacji politycznej Polski: kilka miesięcy po Październiku`56, w czasie, gdy uformowała się ekipa I sekretarza KC PZPR Władysława Gomułki, który w nowym piśmie widział przede wszystkim narzędzie walki z dogmatykami i rewizjonistami partyjnymi. Pomysłodawcą przedsięwzięcia był Jerzy Putrament.

Intencje W. Gomułki były jasne dla środowiska dziennikarskiego, dlatego też zanim jeszcze tygodnik ukazał się na rynku, został oceniony i skrytykowany przez prasę. Pisano, że nowy periodyk ma tylko jeden cel: służyć wiernie nowemu sekretarzowi i partii, stanowiąc jednocześnie przeciwagę dla opozycyjnego tygodnika młodzieżowego „Po prostu”.

„Polityka” w zamyśle władz miała być jedyną prawidłową wykładnią gomułkowskiego socjalizmu, drogowskazem dla innych². Z dokumentów KC PZPR wynika, że nowo powstałe pismo miało grać na dwa fronty. [...] Cenzura zdejmowała szczególnie napastliwe artykuły pod adresem „Polityki”, które pojawiały się w innych pismach³.

Związki z partią rządzącą były wyraźne: redakcja otrzymała drogi lokal na 11. piętrze Pałacu Kultury i Nauki, dwa samochody i pozwolenie na kilka milionów złotych strat rocznie, nadto w stopce redakcyjnej pierwszego numeru pojawiły się nazwiska ośmiu członków KC PZPR⁴, których łączyła

¹ *Urodzinowa Księga Życzeń*, „Polityka” 2007, nr 10, s. 86.

² M. Howiecki, *Pół wieku w służbie...*, „Nowe Państwo” 2007, nr 2, s. 54.

³ J. Podgórska, E. Wilk, *Raport wewnętrzny Polityki*, „Polityka” 1997, nr 10, s. 3.

⁴ Byli wśród nich: Franciszek Blinowski, Leonard Borkowicz, Romana Granas, Stanisław Kuziński, Mieczysław Rakowski, Andrzej Werblan, Stefan Żółkiewski.

„swoiście rozumiana partyjna dyspozycyjność i gotowość poparcia W. Gomułki”⁵.

Redaktorem naczelnym został Stefan Żółkiewski, zaś wśród członków redakcji i współpracowników znaleźli się znani publicyści i naukowcy, m.in.: Kazimierz Koźniewski, Leon Kruczkowski, Oskar Lange i Adam Schaff. Pierwszy zespół redakcyjny „Polityki” tworzyli również na przykład Zygmunt Kałużyński, Szymon Kobyliński i Michał Radkowski.

„Początkowo >Polityka< była nudną, marksistowską piłą, wypełnioną dywagacjami ideologów i działaczy”⁶, co przekładało się bezpośrednio na nakład pisma, który liczył średnio 20 tys. sprzedawanych egzemplarzy. Jednak, jak pisze Tomasz Mielczarek, „opowiadając się za W. Gomułką, >Polityka< próbowała zaprezentować swój plan naprawy socjalistycznej Rzeczypospolitej”⁷, a jej pomysły reformatorskie można było odnaleźć w tekstach, pojawiających się na łamach tygodnika już w kilka miesięcy po jego powstaniu⁸. Pretendował on do roli subtelny krytyka, niekoniecznie atakującego sam system, co raczej starającego się go w pewnym stopniu korygować.

Wraz ze zmianą sytuacji w kraju, zmieniał się również powoli, ale systematycznie kierunek pisma. Redakcję opuszczali członkowie partii, a na ich miejsce pojawiali się nowi dziennikarze, m.in. Dariusz Fikus, Ryszard Kapuściński, Zygmunt Szeliga, Marian Turski czy niezwykle popularny, choć budzący duże kontrowersje, Jerzy Urban. Bez wątplenia znaczący wpływ na zmiany w „Polityce” miał jej nowy (od 1958 r.) redaktor naczelny – Mieczysław F. Rakowski.

Pismo nadal sympatyzowało z partią, zaś redaktor naczelny nierzadko spotykał się z I sekretarzem (choć, trzeba to przyznać, wielokrotnie po to, by ratować „Politykę” przed zamknięciem z powodu wydrukowania „źle widzianego” przez cenzurę tekstu). Jednocześnie, dzięki nowatorskim pomysłom, a przede wszystkim zawartości, która stawała się mniej propagandowa, a bliższa istniejącej rzeczywistości, tygodnik stawał się coraz bardziej popularny, acz nadal postrzegany był jako organ sprzyjający partii.

Kolejne lata w historii pisma to rosnący profesjonalizm jego zespołu redakcyjnego, nowe działy, rubryki i kolumny (na przykład *Listy od czytelników*).

⁵ T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury do Polityki. Tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne PRL*, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2003, s. 253.

⁶ J. Podgórska, E. Wilk, *Raport...*, s. 3.

⁷ T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury...*, s. 255.

⁸ Przykładem może być tekst, który pojawił się na łamach tygodnika po decyzji partii o zamknięciu „Po prostu”: na łamach „Polityki”, cytując treść tej decyzji, podkreślono takie oto zdanie: „Nie uniemożliwiamy głoszenia różnych poglądów, jeśli nie godzą w podstawy ustrojowe państwa. Występujemy i będziemy występować przeciwko tym, co nie chcą, aby Polska szła po tej drodze, na którą wprowadził ją Październik”. Cyt. za: *ibidem*, s. 256.

ników), dyskusje inicjowane na jego łamach, akcje, którym patronowało, a z drugiej strony, przy całym poparciu dla władz, nierzadkie zatargi z nią, kończące się przeprosinami redakcji, drukowanymi w periodyku⁹.

W 1962 r. nakład „Polityki” zwiększył się do 84 tys. egz., a w roku 1969 osiągnął już liczbę 200 tys. egz.¹⁰ Dużą popularność zyskała ona dzięki publikacji pamiętników Adolfa Eichmanna, drukowi tłumaczeń rzadkiej i interesującej literatury piękniej i wielu innym dziennikarskim przedsięwzięciom zespołu, wykraczającym poza ówczesne „dziennikarstwo socjalistyczne” i zasady polityki prasowej PZPR. Nie bez znaczenia była także coraz atrakcyjniejsza szata graficzna pisma. Wszystkie te zabiegi, przy jednoczesnym, wspomnianym już, ale niezwykle istotnym, stopniowym odchodzeniu od posłuszeństwa wobec partii poprzez drukowanie kontrowersyjnych, nierzadko niezgodnych z obowiązującą linią polityczną tekstów (na przykład dotyczących demonstracji studentów w 1968 r.¹¹), sprawiało, że tygodnik zyskiwał większą liczbę odbiorców.

Pismo sukcesywnie dryfowało od ideałów partyjnych i paradoksalnie zbliżało się do stanowisk i haseł głoszonych wcześniej przez „Po prostu”¹².

„Polityka” ześlizgiwała się z gomułkowskiego kursu. Pierwszy okres w jej historii kończy pierwszy paradoks: pismo, które powstało jako anty-Po prostu, zaczyna być postrzegane jako jego kontynuator i inkasuje zarzut rewizjonizmu, przed którym miało być bastionem¹³.

Redakcja „Polityki” starała się jednak nie przekraczać pewnej granicy politycznej, którą naruszyło wcześniej „Po prostu”.

Lata 70. okazały się dla tygodnika bardzo korzystne, mimo że ich początek na to nie wskazywał. Podobnie, jak większość społeczeństwa, tak i sam M. Rakowski powitał zmianę ekipy rządzącej z dużymi nadziejami. Na początku stycznia 1971 r. redakcja uznała program I sekretarza KC Edwarda Gierka za własny, choć jednocześnie, realizując funkcje propagandowe, nie zapomniała o innych sferach życia społecznego. Wydawano dodatki, jak choćby *Polityka – Export – Import*, *Polityka Społeczna* czy *Polityka – Książki*. Zmieniało się również grono współpracowników, wśród których znaleźli się

⁹ Jedno z takich „nieposłuszeństw” kosztowało M. Rakowskiego utratę stanowiska redaktora naczelnego w 1960 r. Po wielu perturbacjach, listach i osobistym spotkaniu M. Rakowskiego m.in. z E. Ochabem, „Polityka” odzyskała swego redaktora naczelnego. Więcej: zob. m.in. T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury...*, s. 264–266.

¹⁰ Cyt. za *ibidem*, s. 291.

¹¹ Redakcja pisma nie potępiła, wbrew oczekiwaniom partii, owych wystąpień.

¹² A. Głombiowska, *Przemiany tygodnika Polityka w latach 1990–1999*, Praca magisterska, Uniwersytet Łódzki, Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki, promotor: Oskar St. Czarnik, Łódź 2004, s. 9.

¹³ J. Podgórska, *Raport...*, s. 4.

m.in.: Jan Bijak (zastępca redaktora naczelnego), Wojciech Giełżyński, Jacek Maziarski i Marta Wesołowska.

Sytuacja w kraju, stopniowa utrata zaufania do nowego przywódcy, rosnące rozgoryczenie i rozczarowanie znalazły swe odbicie także w redakcji periodyku. M. Rakowski nabierał coraz większych wątpliwości, pozostali członkowie zespołu przeżywali rozterki duchowe. Sytuacji nie poprawiała wzmożona działalność cenzury, „w kraju wrzało, a oni pisali o kulturze i zagranicy. Po raz pierwszy od lat >Polityka< nie nadążała za rzeczywistością”¹⁴. Rozwój tygodnika uległ zahamowaniu, w redakcji nastąpiła stagnacja, spadł poziom publikowanych tekstów i ich wartość opiniotwórcza. Przeważała w nich ogólnikowość, a sposób opisywania rzeczywistości wyraźnie podporządkowany był kontroli władzy¹⁵.

W całym zespole i w każdym z nas z osobna były wtedy dwie dusze: dusza człowieka prawdomównego, przyzwoitego i dusza złamanego przez ten zawód i przez system oportunisty, dusza z plasteliny¹⁶.

W efekcie owych rozterek redakcja „Polityki” stanęła po stronie wewnętrzpartyjnej opozycji, rozstając się tym samym z ekipą E. Gierka. Koniec lat 70. to dla pisma już zupełnie inny okres: to czas częstych kłopotów z cenzurą, wynikających w dużej mierze z faktu, że publikacje zamieszczane wówczas na łamach pisma były wobec władzy zbyt krytyczne¹⁷.

Miesiące te zaznaczyły się w historii periodyku również istotnymi zmianami personalnymi. Redakcję zasilili m.in.: Magdalena Bajer, Barbara Pietkiewicz i Ernest Skalski. Jednocześnie wyraźniejsze stały się różnice pogładowe w zespole, co miało swoje konsekwencje na początku lat 80. W państwie narastał wtedy kryzys ekonomiczny, co doprowadziło do wystąpień robotników na Wybrzeżu w 1980 r. W „Polityce” zachowano duży dystans wobec „Solidarności”. Z jednej strony postulowano reformy państwa, z drugiej ostrzegano przed eskalacją żądań, co mogło, zdaniem redakcji, doprowadzić do anarchii. Jednocześnie na łamach pisma zaczęły pojawiać się nazwiska wcześniej zakazane, na przykład Pawła Jasienicy, Czesława Miłosza czy Wiktora Woroszyńskiego.

Wraz z wprowadzeniem stanu wojennego, tygodnik, dzieląc losy innych tytułów, został zawieszony, choć jego dziennikarzy, dzięki pozycji M. Rakowskiego, ominęła weryfikacja. Jednocześnie w zespole nastąpiły podziały na zwolenników opcji partyjno-rządowej, „Solidarności” oraz na

¹⁴ J. Podgórska, E. Wilk, *Raport...*, s. 6.

¹⁵ Np. tygodnik odniósł się niechętnie do wystąpień robotniczych w czerwcu 1956 r.

¹⁶ J. Podgórska, E. Wilk, *Raport...*, s. 6.

¹⁷ Jednak, pomimo owych „niesubordynacji”, w 1979 r. (podczas pierwszej wizyty papieża) redakcja tygodnika pozostała posłuszna dyrektywom partii.

grupę tych, którzy starali się zachować neutralne pozycje polityczne. Redakcję opuściło kilkunastu dziennikarzy (m.in. Wanda Falkowska, Hanna Krall, Andrzej K. Wróblewski). Wydawanie pisma wznowiono w lutym 1982 r. Zatrudnienie znaleźli w nim ludzie z opozycji, na przykład Jerzy Baczyński, Stanisław Podemski i Jagienka Wilczak.

We wrześniu 1982 r. M. Rakowski został wicepremierem rządu, odpowiedzialnym za kontakty z „Solidarnością”. Jego miejsce w redakcji zajął J. Bijak. W latach 80. pojawili się kolejni nowi współpracownicy, m.in.: Ryszard Marek Groński, Ewa Nowakowska, Marek Rostocki, Piotr Sarzyński, Krzysztof T. Teoplitz i Wiesław Władyka. Powrócił Kazimierz Koźniewski, a przez pewien czas współpracował z pismem Tomasz Raczek. „Polityka” wydawana była w zmniejszonym nakładzie, co wynikało z niedoborów papieru.

Pismo, podobnie jak w latach ubiegłych, lawirowało pomiędzy różnymi postawami i poglądami. I tak na przykład, z jednej strony zwalczano „ekstremistów” reprezentujących „Solidarność”, a z drugiej potępiano podobnych radykałów, wywodzących się z PZPR.

Jak się wydaje, antidotum na wszechobecny kryzys, frustracje, bunt i zniecierpliwienie „Polityka” upatrywała w pracy u podstaw. Pismo aż roiło się od różnorodnych wywiadów i reportaży, przedstawiających ludzi, którzy nie zważając na okoliczności, próbowali coś zrobić. [...] Z dzisiejszego punktu widzenia można stwierdzić, że „Polityka” miała znaczne zasługi na polu zmagania o wolność słowa i odkłamywania polskiej historii. [...] Można nawet stwierdzić, że u schyłku lat osiemdziesiątych pismo zaczęło specjalizować się w odnajdywaniu i zapełnianiu „białych plam” – przekłamań i przemilczeń związanych z historią XX wieku¹⁸.

Wydarzenia roku 1988 spowodowały kolejne zmiany w periodyku. Formuła tygodnika stała się bliższa magazynowi informacyjnemu. Koncentrowano się bardziej na odnotowywaniu wydarzeń, brakowało czasu na ich głębszą analizę. Liczba tekstów odnoszących się do partii uległa widocznemu zmniejszeniu; te, które sporadycznie się pojawiały, pisane były przez reformatorów partyjnych, m.in. Zygmunta Czarzastego i Leszka Millera. Mimo że nadal ważne, pismo zaczęło jednak stopniowo tracić popularność. Nie bez znaczenia było odejście z redakcji M. Rakowskiego. „Polityka”

walczyła z marazmem i stagnacją, demaskowała swą oraz peerelowską historię. Lecz w końcu lat osiemdziesiątych historia biegła tak szybko, iż tygodnik nie mógł jej już dogonić¹⁹.

¹⁸ T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury...*, s. 335.

¹⁹ *Ibidem*, s. 343.

Rok 1989, podobnie jak w przypadku całej prasy polskiej, wpłynął także na „Politykę”. Redakcja musiała odnaleźć się w zupełnie nowej dla siebie sytuacji, zastanowić się nad sposobami funkcjonowania, w jakże odmiennych od poprzednich, warunkach.

Walkę o czytelnika rozpoczęto od rezygnacji (w lutym 1990 r.) z towarzyszącego pismu od roku 1957 nagłówka „Proletariusze wszystkich krajów łączcie się!” i zarejestrowania nowego wydawcy, którym stała się „Polityka” Spółdzielnia Pracy. W jej składzie znalazła się większość dotychczasowych pracowników pisma. W 1991 r. powołano pięcioosobowy zarząd, na czele którego stanął J. Bijak (nadal pełniący funkcję redaktora naczelnego), zaś wiceprezesami zostali J. Baczyński i J. Poprzeczko. W zarządzie znaleźli się również Piotr Adamczewski i Wiesław Władyka. Dzięki pożyczce, otrzymanej od Komisji Likwidacyjnej RSW, „Polityce” udało się spłacić dług w wysokości ok. 500 mln PLZ.

Wraz ze zmianą właściciela zmienił się również nieco styl i tematyka tekstów, zamieszczanych na łamach pisma. W listopadzie 1991 r. pojawił się nowy dodatek do tygodnika: *Kultura*. Jakkolwiek zniknął on po kilku miesiącach, to zapoczątkował jednak podobne przedsięwzięcia pisma w latach następnych (m.in. *Niezbędnik inteligenta* czy *Pomocnik historyczny*). W tym czasie redakcję zasilili również nowi współpracownicy, m.in. Jan Zbigniew Łojewski, Mirosław Pęczak, Zdzisław Pietrasik.

W celu utrzymania pozycji jednego z najważniejszych pism opiniotwórczych w Polsce, a także sprostania nowym wymogom czytelników, redakcja podejmowała liczne inicjatywy.

Jedną z nich były *Paszporty Polityki*, wręczane od 1993 r. Poczynając od pierwszej edycji, przyznawane były one wyróżniającym się artystom, reprezentującym następujące kategorie: literaturę, film, teatr, muzykę poważną, muzykę popularną, sztuki wizualne oraz od roku 2002 tytuł Kreator Kultury dla szczególnie wyróżniających się menedżerów tej dziedziny życia. Kandydatów, którzy w poprzednim roku uzyskali cenny dorobek w poszczególnych rodzajach twórczości, zgłaszali krytycy zaproszeni przez redakcję, reprezentujący odpowiednie dziedziny kultury. Następnie z grupy nominowanych kapituła redakcyjna wybierała laureatów. Na łamach pisma omawiano kolejne etapy konkursu i przedstawiano sylwetki twórców wskazanych do nagrody²⁰. Jak pisze W. Władyka, „>Paszporty< od razu stały się bardzo prestiżowym wyróżnieniem i, bez przesady, wielu twórcom bezsprzecznie ułatwiły dalszą karierę”²¹.

²⁰ Zob. np. *Paszporty Polityki 2000. Nominacje*, „Polityka” 2001, nr 1, s. 41–45; *Paszporty Polityki 2000: laureaci*, *ibidem*, nr 2, s. 48–49.

²¹ W. Władyka, *Polityka i jej ludzie*, „Polityka” Spółdzielnia Pracy, Warszawa 2007, s. 129.

Jednocześnie zmieniał się wygląd zewnętrzny i struktura wewnętrzna pisma. Od numeru 29 (1992) zmniejszony został jego format, przy jednoczesnym zwiększeniu objętości pojedynczego numeru (z 16 do niemal 30 stron). W miejsce dotychczasowych obszernych analiz i polemik pojawiły się zwarte teksty i większa liczba zdjęć.

Jednak pomimo starań „Polityka” traciła swą dotychczasową pozycję²². Etykieta pisma komunistów w sposób wyraźny nadal jej szkodziła.

Sytuacja uległa zmianie w 1994 r., gdy nowym redaktorem naczelnym został J. Baczyński. Podjęto wówczas decyzję o kolejnej zmianie szaty graficznej tygodnika, dzięki czemu 14 października 1995 r. do czytelnika trafiło pismo przypominające kolorowy magazyn, o zmniejszonym formacie, ale za to w zwiększonej (do 100 stron) objętości. Pomysł okazał się trafiony; nowa formuła „Polityki” została korzystnie przyjęta przez odbiorców, co przełożyło się najpierw na zahamowanie tendencji spadkowej nakładu, a następnie na jego wzrost²³ oraz zwiększenie zainteresowania ze strony reklamodawców i w konsekwencji na poprawę kondycji finansowej pisma. Dzięki temu udało się skomputeryzować pracę redakcyjną i usprawnić logistykę wydawnictwa.

Kilka miesięcy później, od stycznia 1996 r., zmieniła się też winieta pisma: tytuł, dotąd drukowany kursywą, zastąpiono prostą czcionką.

Zmiany te, o charakterze technicznym, dotyczyły formy tygodnika, natomiast jego merytoryczna treść pozostawała w zasadzie bez zmian. Nadal żywo interesowano się polityką, gospodarką i kulturą w Polsce i na świecie. Jak wykazała przeprowadzona przez redakcję w 1996 r. ankieta, zmieniła się jednak opinia czytelników dotycząca kierunku politycznego, reprezentowanego przez pismo. Okazało się, że aż 41,4% odbiorców określało „Politykę” jako centrolewicową, 22,6% jako centrową, tylko 5,6% – lewicową, 3,6% jako centroprawicową i 0,4% jako prawicową. Około 17% pytanych nie potrafiło zdefiniować w sposób zdecydowany profilu politycznego pisma²⁴.

Z okazji 40-lecia jego istnienia (w 1997 r.) prezydent Aleksander Kwaśniewski wręczył dziennikarzom „Polityki” odznaczenia państwowe²⁵.

²² O ile w roku 1989 jej nakład wynosił 426 tys. egz., o tyle na początku lat 90. liczba czytelników spadła do 130 tys. Zob. T. Mielczarek, *Od Nowej Kultury...*, s. 343.

²³ Już w 1995 r. sprzedaż wzrosła do 157 tys. egz., a sześć lat później do 250 tys. Cyt. za: T. Mielczarek, *Monopol pluralizm koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 151.

²⁴ A. Głombiowska, *Przemiany tygodnika...*, s. 30.

²⁵ Otrzymali je m.in. Mieczysław F. Rakowski (Krzyż Wielki Orderu Odrodzenia Polski), Jan Bijak, Zygmunt Kałużyński i Marian Turski (Krzyż Komandorski z Gwiazdą Orderu Odrodzenia Polski), Piotr Adamczewski i Ewa Nowakowska-Butrym (Krzyż Kawalerski Odrodzenia Polski).

Redakcja ze swej strony wprowadziła nagrodę Kamienia Milowego, przyznawaną tym, którzy w opinii tygodnika wpłynęli znacząco na bieg zdarzeń w Polsce, Europie i na świecie²⁶.

W tym samym roku „Polityka” zaistniała w Internecie. Odtąd można ją było czytać na stronie <http://www.polityka.pol.pl>²⁷.

Pismo ugruntowało swą pozycję na rynku, a dowodem na jego finansowy sukces była m.in. inwestycja w Inforadio (dziś Radio Tok FM), dzięki której Spółdzielnia została udziałowcem w tej stacji²⁸.

Koniec lat 90. XX w., mimo zmian personalnych, był zatem czasem korzystnym dla tytułu. Na miejsce odchodzących dziennikarzy (m.in. P. Adamczewskiego, St. Podemskiego, M. Turskiego) pojawili się Mariusz Czubaj, Tadeusz Olszański, Jerzy Pilch, Adam Szostkiewicz, Maja Wolny, Janusz Wróblewski, Krzysztof Zanussi i Jacek Żakowski²⁹.

Pod koniec 1999 i na początku 2000 r. tygodnik osiągnął rekordową sprzedaż w wysokości 280 tys. egz., a w porównaniu z okresem wcześniejszym liczba czytelników pisma zwiększyła się o 1/4³⁰. Korzystna pozycja „Polityki” na rynku umożliwiła wydawcy przejęcie w marcu 2000 r. miesięcznika społeczno-kulturalnego „Res Publica Nowa”³¹, a w roku następnym, od 1 kwietnia 2001 r. kolejnego periodyku, tygodnika „Forum”³². W tym czasie redakcja przeprowadziła się do swej kolejnej siedziby, na ulicę Słupecką nr 6, gdzie mieści się do dziś. O wszystkich tych posunięciach skrupulatnie informowano czytelników³³.

²⁶ Pierwszymi laureatami zostali Jacques Delors, Michał Gorbaczow i Tadeusz Mazowiecki.

²⁷ Adres internetowy „Polityki” kilkakrotnie ulegał zmianie; i tak np. w 2005 r. po rozstaniu z portalem Onet.pl, utworzono własną witrynę, budowaną od podstaw przez pracowników pisma z działu Internet Tygodnika „Polityka”. Więcej zob. np.: <http://www.internetstandard.pl/news/102175/TygodnikPolityka.mainternetowe.ambicje.html>.

²⁸ W 2005 r. Spółdzielnia posiadała 33,95% udziałów (pozostałą część dysponowała Agora SA). Zob. P. Sierpiński, „Polityka” Spółdzielnia Pracy, „Press” 2006, nr 8, Dodatek specjalny: *Ranking wydawców*.

²⁹ Więcej o zmianach personalnych zob. W. Władyka, *Polityka...*, s. 156–159.

³⁰ „Polityka” 2000, nr 7, s. 12.

³¹ „Res Publica Nowa” – pismo założone w 1979 r. przez Marcina Króla, ukazujące się poza cenzurą; wówczas wydawane pt. „Res Publica”. Był to tytuł opozycyjny wobec PRL, adresowany do ówczesnej elity intelektualnej. Do 2000 r. pismo wydawane było dzięki dotacji Ministerstwa Kultury i Fundacji im. Stefana Batorego, a także wydawnictwa Harlequin. Od stycznia 2000 r. periodykowi groziło zamknięcie.

³² „Forum” – periodyk wydawany od 1965 r., publikujący najciekawsze artykuły z prasy światowej. Więcej na temat tej inwestycji – zob. A. Krzemiński, *Polityka wydawcą „Forum”*, „Polityka” 2001, nr 14, s. 33.

³³ Np. przejęcie tygodnika *Forum*: zob. *ibidem*; zmiana siedziby, zob. np. K. Lubelska, *Polityka we własnym domu*, „Polityka” 2001, nr 51/52, s. 164–165; J. Pilch, *Słupecka 6*, *ibidem*, nr 50, s. 93.

Jednocześnie J. Baczyński otrzymał Nagrodę im. Dariusza Fikusa w kategorii „twórcy mediów”, za „przekształcenie >Polityki< w nowoczesny tygodnik polityczno-społeczny i bezpieczne przeprowadzenie spółdzielni dziennikarzy >Polityki< przez rafa gospodarki rynkowej”³⁴. Świątowanie tej nagrody zbiegło się z jubileuszem 45-lecia pisma. Odeszło ono w tym przypadku od tradycyjnych w takich sytuacjach deklaracji i wspomnień, prezentując w zamian pracę redakcji „od kuchni”. Pojawiły się zdjęcia dziennikarzy tworzących pismo, podczas pracy nad jego zawartością, opatrzone krótkimi komentarzami³⁵.

W sierpniu 2002 r. ponownie zmodyfikowano szatę graficzną tygodnika. Obok dotychczasowych rubryk i działów (niektórych w ulepszonej formie) pojawiły się te zarzucone w latach ubiegłych, dodano też kilka nowych, wprowadzono ciekawe wyróżniki graficzne i ulepszono czcionkę. Dzięki temu zawartość pisma stała się czytelniejsza i bardziej kolorowa. Jednocześnie redakcja obiecywała, że nadal będzie ono periodykiem „do czytania, a nie tylko do przeglądania, gazetą autorów, gdzie wciąż najważniejsze jest to, co mamy do powiedzenia (oczywiście w możliwie najatrakcyjniejszej formie)”³⁶.

W 2003 roku „Polityka” było najczęściej cytowanym tygodnikiem³⁷, rok później zajmowała I miejsce pod względem sprzedaży wśród polskich tytułów społeczno-politycznych³⁸. W listopadzie 2004 r. średnia sprzedaż pisma wynosiła ok. 203 tys. egz.³⁹ Jakkolwiek liczba ta zmniejszyła się w latach następnych, to i tak „Polityce” udało się utrzymać pozycję lidera⁴⁰.

W 2005 roku świętowano 10-lecie kolorowej edycji pisma. Zorganizowano wtedy *Dzień otwarty*, zapraszając czytelników na cykl spotkań z dziennikarzami pisma i proponując zwiedzanie siedziby redakcji.

Rok później (2006) „Polityka” stała się dostępna także w postaci e-wydania, będącego wierną, elektroniczną kopią wydania tradycyjnego, dostępną jednak w tej formie dzień wcześniej (we wtorek wieczorem) niż wydanie tradycyjne, trafiające do kiosków w środę. W 2007 r. przypadał jubileusz 50-lecia istnienia pisma. Z tej okazji, w numerze 10 zamieszczono raport, w którym znalazło się krótkie podsumowanie półwiecznej historii

³⁴ W. Pawłowski, *Nagroda im. Fikusa dla Jerzego Baczyńskiego*, „Polityka” 2002, nr 9, s. 13.

³⁵ J. Baczyński, *45 lat. Tygodnik Polityka*, „Polityka” 2002, nr 9, s. 99–[105].

³⁶ „Polityka” 2002, nr 32, s. 11.

³⁷ „Polityka” 2003, nr 42, s. 18.

³⁸ „Polityka” 2004, nr 29, s. 18.

³⁹ „Polityka” 2005, nr 6, s. 18.

⁴⁰ W I kwartale 2006 r. liczba sprzedanych egzemplarzy wynosiła ok. 170 tys. („Newsweek Polska” – ok. 143 tys. egz.), zaś na początku 2007 r. ok. 160 tys. (analogicznie „Newsweek Polska” – ok. 145 tys.), w 2008 r. ok. 150 tys. sprzedanych egz. („Newsweek Polska” – ok. 122). Zob. „Polityka” 2006, nr 24, s. 109; *ibidem*, 2007, nr 7, s. 92.

tytułu, a na następnych stronach wydrukowano opinie dziennikarzy, polityków i samych czytelników pisma na jego temat. Redakcja przygotowała *Jubileuszową Kolekcję Polityki*, na którą składać się miały bezpłatne, cotygodniowe dodatki do tygodnika pod wspólnym tytułem: *Cywilizacja*. W tym też roku wydana została książka jednego z wieloletnich współpracowników periodyku, W. Władyki: *Polityka i jej ludzie*⁴¹.

„Polityka” przez 50 lat zmieniała się nieustannie i to pod każdym względem. Wystarczy wziąć do ręki jakikolwiek numer sprzed lat, nawet 10, żeby te różnice zobaczyć. Wszystko jest już inne, a w jakimś sensie jednak takie samo⁴².

2.2.2. Zawartość, akcje i czytelnicy

Zawartość pisma jest od lat podobna i zawiera się w trzech blokach tematycznych: polityka, gospodarka i kultura w Polsce i na świecie. Od chwili, gdy w tygodniku przyjęto formułę magazynową, stał się on bardziej atrakcyjny wizualnie, zmieniono również formę publicystyki i rodzaj oferty dziennikarskiej. Obok tradycyjnych, charakterystycznych dla prasy opinii tematów, znalazły się nowe, na przykład technika, sport czy zdrowie.

W badanym okresie newsy, komentarze, analizy, w formie krótkich informacji, artykułów, komentarzy i reportaży pojawiały się następujących działach⁴³: *Gospodarka, Historia, Kraj, Kultura, Ludzie i Wydarzenia, Na własne oczy, Nauka, Raport Polityki, Społeczeństwo, Świat* i rubrykach: *Afisz, Fusy, plusy i minusy, Kadry, Komentarze: Do i od redakcji, Książki, Listy, Ludzie i wydarzenia, Ogląd i pogląd, Polityka i obyczaje, Rynek, Tematy tygodnia, Tydzień na świecie, Tydzień w kraju, Za stołem*. W ramach stałych elementów pisma drukowano też felietony Ryszarda Grońskiego, Zygmunta Kałużyńskiego, Jerzego Pilcha, Ludwika Stommy i Krzysztofa Zanussiego.

Na popularność periodyku wpływ miały bez wątpienia organizowane przezeń liczne cykliczne konkursy i akcje⁴⁴.

Jedną z najstarszych inicjatyw są ustanowione w 1959 r. Nagrody Historyczne, przyznawane do dziś, za wybitne publikacje z zakresu historii. Kolejnym pomysłem są wspomniane wcześniej *Paszporty Polityki* i związane z nimi *Letnie Ogrody Polityki* (organizowane wspólnie z Biblioteką

⁴¹ W. Władyka, *Polityka...*

⁴² W. Władyka, *Historia Polityki dla dorosłych*, „Polityka” 2007, nr 9, s. 8.

⁴³ Jak już wspomniano we *Wstępie*, nazwy działów i rubryk podano w porządku alfabetycznym, nie zaś w kolejności, w jakiej występowały one w tygodniku. Uwaga ta dotyczy także kolejnych analogicznych sytuacji.

⁴⁴ W pracy przedstawiono tylko kilka (spośród wielu) przykładów, jedynie dla zilustrowania ożywionej działalności kulturalno-wydawniczej pisma. Konkursy literackie zostaną omówione w kolejnych podrozdziałach.

w Elblągu). Jest to kilkudniowy festiwal artystów – laureatów nagrodzonych w kolejnych edycjach *Paszportów*.

Innym przedsięwzięciem, któremu „Polityka” patronowała, tym razem wspólnie z Fundacją ABCXXI, była akcja: *Cała Polska czyta dzieciom*. W jej ramach tygodnik wydał kolekcję książek dla rodziców i dzieci. Będzie to przedmiotem rozważań w dalszej części pracy.

Warto wspomnieć także o *Salonach Polityki*. Były to organizowane przez redakcję, prowadzone przez jej dziennikarzy, a następnie omawiane na łamach pisma spotkania czytelników ze znanymi naukowcami, artystami i politykami. Spotkania odbywały się w różnych miastach Polski, na przykład w Krakowie (pierwszy Salon w Klubie pod Jaszczurami zorganizowano w 2001 r.), Elblągu, Lublinie, Łodzi, Pile, Poznaniu i Warszawie. Podobny charakter miał *Międzynarodowy Klub* czy *Kawiarnia Naukowa Polityki*.

Ciekawym pomysłem była akcja (pierwsza edycja odbyła się także w 2001 r.) adresowana do młodych naukowców: „Zostańcie z nami”, w ramach której najlepsi z nich otrzymywali stypendia⁴⁵. Kolejnym przedsięwzięciem były organizowane wspólnie ze Związkiem Nauczycielstwa Polskiego *Lekcje z Polityką*⁴⁶.

Na łamach pisma inicjowano również akcje okazjonalne, na przykład przed Świętami Bożego Narodzenia: „Pomyśl o biedniejszych od siebie”. Redakcja zwracała się do firm i osób prywatnych o przekazywanie pieniędzy, dzięki którym udawało się zapełnić prezentami worki Świętego Mikołaja i podarować je najbardziej potrzebującym.

Ponadto w „Polityce” patronowano ważnym wydarzeniom kulturalnym: wystawom, koncertom, filmom i nowo wydanym książkom. Autorami niektórych z nich byli dziennikarze pisma⁴⁷. Współpracowano z licznymi wydawnictwami, zaś Spółdzielnia Pracy publikowała utwory, nagrodzone *Paszportem Polityki*.

W tygodniku ustanowiono również nagrody i wyróżnienia dziennikarskie. Od 2002 r. wspólnie z „Tygodnikiem Powszechnym” przyznawano nagrodę im. Beaty Pawlak za publikacje dotyczące spotkań różnych kultur, cywilizacji i religii. W 2004 r. po raz pierwszy wręczona została nagroda im. Barbary Łopieńskiej za najlepszy wywiad prasowy. Tę nagrodę ufundowały

⁴⁵ W ramach akcji wybranym, najzdolniejszym młodym naukowcom przyznawane było jednorazowe stypendium w wysokości 25 tys. zł.

⁴⁶ Na łamach tygodnika zamieszczano teksty, opatrzone umownym znakiem: *Lekcje z Polityką*, które mogły posłużyć nauczycielom jako materiał inicjujący uczniów do dyskusji na temat interesujących zjawisk, związanych z życiem obywatelskim i publicznym w Polsce.

⁴⁷ Np. A. Garlicki, *Historia 1815–2004. Polska i świat. Podręcznik dla III klas liceów ogólnokształcących*, Scholar, Warszawa 1998; E. Bedyk, *Zatruta studnia: rzecz o władzy i wolności*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2002; P. Adamczewski, *Rok na stole*, Wydawnictwo Nowy Świat, Warszawa 2006.

redakcje pism, z którymi autorka była związana („Gazeta Wyborcza”, „Polityka”, „Press”, „Res Publika Nowa”, „Viva!”).

Na łamach pisma przygotowywano także systematyczne, coroczne rankingi, na przykład *Ranking 500 największych polskich firm*, *Ranking szkół wyższych* i cykliczne wkładki do wydania głównego, na przykład wspomniane wyżej *Niezbędnik inteligenta* czy *Pomocnik historyczny*.

Dzięki staraniom redakcji „Polityka” stała się tytułem kilku pokoleń, czytany zarówno przez młodszych, jak i starszych odbiorców. Badania wykazały, że ponad 55% czytelników tygodnika to mężczyźni, a zarazem spośród wszystkich odbiorców ponad 60% stanowią osoby z wyższym wykształceniem. Około 24% to odbiorcy powyżej 54 lat, nieco mniej (22%) to czytelnicy w wieku 25–34 lata. Osoby pomiędzy 15. a 24. rokiem życia to grupa 22%, podobnie jak czytelnicy w wieku 25–34 lat. Czytający „Politykę” w 52% są mieszkańcami dużych (powyżej 100 tys. mieszkańców) miast⁴⁸.

Potwierdzeniem popularności tygodnika są liczne nagrody dla pisma i jego współpracowników. W grupie wyróżnionych pojawili się m.in. Jerzy Baczyński, Edwin Bendyk, Adam Krzemiński, Krzysztof Mroziewicz, Janina Paradowska, Joanna Podgórska, Piotr Sarzyński, Paweł Walewski, Jagienka Wilczak, Ewa Wilk, Jerzy Wróblewski.

W 2000 r. w konkursie organizowanym w ramach Targów Media Trend nagrodzono Ikoną Medialną `99 jedną z okładek „Polityki”: „Stu najbiedniejszych Polaków”. W roku następnym zespół redakcyjny otrzymał Kryształowe Zwierciadło

za umiejętność dotarcia z elitarną autorską formułą pisma do bardzo szerokiego grona czytelników, a także za niepowtarzalny charakter pisma, skupiającego wielu wybitnych dziennikarzy [...] za mądre dialogi z ludźmi o różnych poglądach, za wrażliwość na problemy społeczne i odwagę w podejmowaniu trudnych tematów⁴⁹.

W 2003 r. tygodnikowi przyznano nagrodę i tytuł Mecenasa Kultury w kategorii „Promotor” za zorganizowanie Festiwalu Kulturalnego, a w 2004 r. pismo otrzymało Główną Nagrodę w konkursie im. Mieczysława Orłowicza na najlepsze materiały prasowe, radiowe i telewizyjne, promujące polską turystykę krajową⁵⁰. W roku 2005 docenione zostało Biuro Reklamy „Polityki”, uzyskując najwyższą ocenę w trzeciej edycji badania, dotyczącego poziomu satysfakcji klientów, a realizowanego przez SMG/KRC.

⁴⁸ *Polityka. Tygodnik trzech pokoleń*, Folder wewnętrznyredakcyjny, s. 15. Źródło: PBC General – SMG/KRC (2006 r., CCS).

⁴⁹ [br. aut.], *Kryształowe zwierciadło dla zespołu „Polityki”*, „Polityka” 2001, nr 22, s. 92.

⁵⁰ Więcej na temat nagród przyznawanych pismu i jego dziennikarzom: zob. W. Władysław, *Polityka...*, s. 182–188.

Dziś „Polityka” jest pismem opinii o ugruntowanej pozycji na rynku prasowym w Polsce. Współtworzy ją zespół dziennikarzy o znanych nazwiskach, a jej swoisty fenomen zdaje się polegać m.in. na umiejętności dostosowania się do zmieniających się wymogów rynku, a także do coraz bardziej wyszukanych potrzeb i wymagań czytelników i to pomimo zarzutów dotyczących najpierw przeszłości, a później prolewicowych sympatii pisma. Redakcję, podobnie jak w latach ubiegłych, tworzą poczytni dziennikarze, publicyści i felietoniści.

„Polityka” wciąż, choć w zupełnie innych warunkach, mierzy się ze swoim czasem. Stara się sprostać konkurencji, zmieniającym się preferencjom odbiorców i konieczności opisywania rzeczywistości w sposób tyle pogłębiony, co atrakcyjny⁵¹.

2.2.3. *Ciało jedno, a myśli tysiące*⁵²: książka na łamach pisma

Pomimo iż w tygodniku koncentrowano się w znacznej mierze na problematyce polityczno-gospodarczo-społecznej, to jednak niemal od początku dysponowano ciekawym działem kultury, w którym stosunkowo dużo miejsca poświęcano literaturze. Jak już wspomniano, w latach wcześniejszych ukazywał się nawet dodatek poświęcony książkom.

W badanym okresie dział *Kultura* otwierał *Afisz*, w którym znajdowały się krótkie rubryki, m.in.: *na Ekranie*, *na Estradzie*, *na Płycie*, *na Scenie*, a także *Niskie loty*, gdzie zamieszczano krytykę wybranego przez autora aktualnego wydarzenia kulturalnego. Na kolejnych stronach pojawiały się dłuższe informacje, prezentowane w różnej formie (recenzji, wywiadu, artykułu, komentarza) związane z teatrem, muzyką, filmem oraz literaturą. Dogłębna analiza zawartości pisma pozwoliła stwierdzić, że w latach 2001–2005 na jego łamach drukowano niezwykle bogate i zróżnicowane informacje o książce. W tabeli 2 zaprezentowano formy obecności literatury wraz z ich liczbą w omawianym okresie⁵³.

Zdumiewające jest bogactwo i różnorodność informacji związanych z książką w piśmie, w którym z założenia koncentrowano się głównie na innych zagadnieniach. Obok zwyczajowych recenzji (których jest najwięcej), wywiadów z pisarzami, krytykami literatury i anonsów wydawniczych, zamieszczano również artykuły poświęcone literaturze, portrety pisarzy, wiersze, listy bestsellerów, konkursy oraz informacje dotyczące akcji związanych z książką.

⁵¹ R. Habielski, [w:], „Press” 2006, nr 8. Dodatek specjalny. *Ranking wydawców*.

⁵² Tytuł jednej z publikacji, zob. „Polityka” 2005, nr 25, s. 107.

⁵³ Przyjęto porządek podawania poszczególnych kategorii według kolejności ich omawiania.

Tabela 2. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Rodzaj publikacji	Liczba ogółem
Recenzje	792
Wywiady	97
Reklamy książek	696
Sylwetki/portrety	113
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego	296
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje znanych dzieł	121
Konkursy i akcje	49
Listy bestsellerów	12
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	58
Inne ^a	447
Ogółem	2 681

^a W tej kategorii uwzględniono wszelkiego rodzaju informacje, zazwyczaj w postaci krótkich notek, donoszących np. o nagrodach, otrzymanych przez ludzi związanych z książką, nadaniu imienia twórcy szkole, instytucji itd., ale także informujące o jubileuszach pisarzy.

Źródło: badania własne.

Ogółem, w ciągu badanych 5 lat w 256 numerach pojawiło się w sumie **2681** tego typu informacji. Ich objętość była różnorodna: poczynając od krótkich, jedno- lub kilkuzdaniowych wzmianek, poprzez dłuższe, około półstronicowe komentarze, a kończąc na wnikliwych analizach i ocenach, zajmujących niekiedy kilka stron. Prezentowano je nie tylko na stronach poświęconych kulturze. Odnaleźć je można było niemal w całym tygodniku, na przykład w działach: *Dział kadr*, *Historia*, *Ludzie*, *Media*, *Na własne oczy*, *Opinie*, *Tydzień w kraju*, *Wspomnienie* i rubrykach: *Fusy plusy i minusy*, *Kadry nominacje denominacje*, *Komentarze: Do i od Redakcji*, *Listy*.

2.2.3.1. *Tkanie słów*⁵⁴: miejsce recenzji w układzie pisma

W badanym okresie na łamach pisma pojawiły się 792 recenzje⁵⁵. Zamieszczano je niemal w całym tygodniku. Najwięcej, co oczywiste, znalazło się ich w dziale *Kultura*, ale odnaleźć je można również w innych miejscach pisma⁵⁶. W tabeli 3 przedstawiono ich liczbę wraz z lokalizacją w tygodniku.

⁵⁴ Tytuł recenzji. Zob. „Polityka” 2002, nr 50, s. 57.

⁵⁵ Ciekawą krytykę formy, jaką przybiera czasem współczesna recenzja, zamieścił J. Pilch w felietonie: *Gruha nie kocha Gliny*, „Polityka” 2003, nr 25, s. 100.

⁵⁶ Np. w dziale *Nauka* (przedstawiono tu książkę J. Hołównki, *Etyka w działaniu*, Wydawnictwo Prószyński i S-ka, Warszawa 2001. Recenzent: Ewa Nowakowska, *Igła w kompasie*, „Polityka” 2001, nr 10, s. 76); *Historia* (omówiono w tym miejscu książkę *Komunizm. Ideo-*

Tabela 3. Recenzje w dziale *Kultura* oraz w innych miejscach w „Polityce”

Rok	Ogółem	W rubryce specjalnej, poświęconej książce ^a	W dziale <i>Kultura</i> , poza rubryką poświęconą książce ^b	W innych miejscach w piśmie
2001	175	128	26	21
2002	136	84	23	29
2003	146	107	15	24
2004	155	107	16	32
2005	180	115	45	20
Ogółem	792	541	125	126

^a To znaczy rubryce poświęconej wyłącznie na recenzje książek. W badanym okresie zmieniała ona kilkakrotnie nazwę oraz formę. Dokładniej zostanie omówiona w dalszej części rozdziału.

^b Do działu tego, ze względu na charakter zamieszczanych informacji, zaliczono również poprzedzający go *Afisz*, ale bez mieszczącej się w jego ramach przez pewien czas rubryki związanej z recenzjami książek.

Źródło: badania własne.

Jak widać, największa liczba recenzji pojawiała się każdego roku w specjalnej rubryce poświęconej książce, w ramach działu *Kultura*. Przez cały badany okres kierował nim Zdzisław Pietrasik, zaś książkami zajmowali się kolejno: Maja Wolny (do 24 numeru w 2001 r.), Jerzy Wróblewski (od numeru 25 w 2001 r.) i Mariusz Czubaj (od nr 2003 r. do końca badanego okresu).

Rubryka, z założenia poświęcona recenzjom, w ciągu pięciu lat pięciokrotnie zmieniała swą nazwę i w niewielkim stopniu formę oraz miejsce w tygodniku, co (jak twierdzi Z. Pietrasik) podyktowane było względami graficznymi (pomysł redaktora graficznego), nie zaś merytorycznymi⁵⁷. W 2001 r. od numeru 1 do 33 włącznie były to *Wieczne pióra*. Znajdowały się tu przeważnie trzy recenzje, na które składała się krótka adnotacja treściowa, kopia okładki omawianej książki, dane bibliograficzne zamieszczone zazwyczaj nad recenzją (autor, ewentualnie tłumacz, tytuł, miejsce wydania, nazwa wydawcy, rok wydania, liczba stron) i ocena prezentowanej książki. Funkcję ocen spełniały symbole wiecznych lub gęsim piór: trzy wieczne oznaczały lekturę obowiązkową, dwa określały ją jako tę, którą „warto mieć w bibliotece”, jedno: „nie zaszkodzi przeczytać”. Lektura adresowana „tylko dla znawców” oznaczona była jednym gęsim piórem,

logia, system, ludzie, red. T. Szarota, Wydawnictwo Neriton, Instytut Historii PAN, [b.m.w.] 2001. Recenzent: A. Garlicki, *Polacy, Żydzi, komunizm*, „Polityka” 2001, nr 12, s. 70) czy *Edukacja* [recenzji poddano książkę J. McDowelle’a, *Mity edukacji seksualnej* [brak danych bibliograficznych]. Recenzent: Julia Butrym, *Pupa czy dusza*, „Polityka” 2001, nr 13, 93).

⁵⁷ Informacje uzyskane dzięki korespondencji ze Zdzisławem Pietrasikiem.

natomiast jedno wieczne pióro z kleksem, oznaczało „czytało” i wreszcie „złamane pióro” sugerowało książkę, której w odczuciu recenzenta nie warto poświęcać czasu.

Recenzje znajdowały się przeważnie na jednej z ostatnich stron działu. Graficznie prezentowano je w postaci szerokiej kolumny z tekstem na jasnym tle. W takiej formie zrecenzowano 95 książek.

Od numeru 34 w 2001 r. rubryka zmieniła nazwę na *Kultura/książki*. W tym czasie ukazało się tu 76 recenzji. Zmieniła się też nieco ich forma.

O ile w poprzednim przypadku zazwyczaj drukowano trzy recenzje, o tyle teraz częściej pojawiały się dwie, ale za to poświęcano im całą stronę. Zdarzało się też, że w jednej z nich prezentowano dwa lub trzy tytuły, nie zawsze jednego autora, choć przeważnie wydane przez tę samą oficynę; mogły to być książki zbliżone do siebie tematem⁵⁸. Do elementów formalnych, podobnych jak w poprzednim przypadku, dodano zdjęcie autora prezentowanej książki, zaś pod jedną z recenzji (zazwyczaj pierwszą), tuż pod informacjami bibliograficznymi, pojawiał się odsyłacz do Czytelni On Line na stronie „Polityki” w Internecie⁵⁹. Wtedy też po raz pierwszy wydrukowano listę bestsellerów⁶⁰, którą zamieszczano zazwyczaj przy jednej z recenzji. Składało się na nią 15 tytułów podzielonych na trzy grupy. Przeważnie były to: 1. *Literatura polska*, 2. *Literatura zagraniczna*, 3. *Literatura popularnonaukowa, encyklopedie*. Każda z nich obejmowała pięć pozycji, w których znajdowało się nazwisko i imię autora, tytuł książki i nazwa wydawcy. U dołu podawano źródło, z którego korzystano, a były nim przeważnie dane z hurtowni Azymut albo lista sprzedaży merlin.pl, sieci Empik i sieci księgarni Matras⁶¹. Ta forma informacji o książce pojawiała się na łamach pisma w ciągu lat 2001–2002 zaledwie 12 razy⁶². Zaniedbano jej, bo, jak twierdzi Z. Pietrasik,

⁵⁸ Zob. np. J. Jarniewicz, *Proza jeźdźców i szeryfów*, „Polityka” 2001, nr 42, s. 58.

⁵⁹ www.polityka.onet.pl. Czytelnia On Line.

⁶⁰ *Bestsellery lata*, „Polityka” 2001, nr 34, s. 49.

⁶¹ Zob. np. „Polityka” 2001, nr 34, s. 49.

⁶² *Bestsellery lata* („Polityka” 2001, nr 34, s. 49), *Bestsellery września* (*ibidem*, nr 41, s. 56), *Bestsellery jesieni* (*ibidem*, nr 46, s. 52), *Bestsellery grudnia* (*ibidem*, 2002, nr 2, s. 53), *Bestsellery stycznia* (*ibidem*, nr 9, s. 53), *Bestsellery lutego* (*ibidem*, nr 11, s. 50), *Bestsellery marca* (*ibidem*, nr 17, s. 60), *Bestsellery maja* (*ibidem*, nr 24, s. 54), 35, *Bestsellery grudnia* (*ibidem*, nr 2, s. 53), *Bestsellery 2004* (*ibidem*, nr 52/53, s. [80]), *Bestsellery* (*ibidem*, 2005, nr 51/52, s. 70). Raz w nr 43 (2001) pojawiły się *Bestsellery nowego sezonu*, zaprezentowane w innej, bardziej rozbudowanej formie. Każdy tytuł został opatrzony adnotacją treściową, kopią okładki przedstawionej książki wraz z jej danymi bibliograficznymi. Ze względu na formę i brak danych źródłowych, które pojawiały się przy podobnych okazjach, można sądzić, że nie była to typowa rubryka, o której wspomniano powyżej, a raczej jednorazowa informacja o zbieżnym tytule (*ibidem*, 2001, nr 43, s. 52).

Z bestsellerami w Polsce problem jest taki, że nikt dokładnie nie wie, co nim jest. Często tak nazywa się książki najpopularniejsze. Po prostu trudno znaleźć właściwą metodologię, gdyż rynek książki jest u nas potwornie rozproszony⁶³.

Obydwie propozycje związane z omawianiem książek zaprezentowano na zdjęciu 1–2.



Zdjęcie 1. Rubryka *Wieczne Pióra* „Polityka” 2001, nr 1, s. 57

⁶³ Informacje uzyskane dzięki korespondencji ze Zdzisławem Pietrasikiem.

KULTURA/KSIĄŻKI

Zbigniewowi Herbertowi należy się inna książka

Pan od pań

HELENA ZAWORSKA

Do lat temu pisywano tak o naszych romantycznych włoszczach, choć oddaje im jak Patriotom, Przywódcom Duchowym Naroda. Do dzisiaj można wytażony jest poglądy, że to wrona mozożyli naszą historię, „projekcją” polskie powstania.

Zbigniew Herbert w książce Stedleckiej występuje jako mianowany przez obywateli Patriotów Wioszczy – Bojownik Niezłomny o wrażliwej zagrożonej Sprawie Niepodległości. Nie to, że w młodości nie pował się w sosenckim Łanwie do ułki, że nawet nie jest zupełnie pesym, czy ułudał do AK, choć tak pisał. Pierwsza polska książka Justyna Stedlecka poświęca poświęcającemu z pasją badaniu, czy Herbert miał prądę o swej walecznej młodości, bo na przykład nigdy zżal na rancach, a nie w wojennych raportach. Z walczyli sobie upodobańiem do nekrologu skłaniająca wiersza antorka wciąga nam w sprawy ewentualnych zmyśleń i fantazji jak w historyczny przesłanki sądowy. Przywołuje wielu świadków, cytuje prace badaczy. A jeśli nawet Herbert opowiadał po latach różne bajki, choć niekiedy nieznacznie przesadził, szeregowały co? Jakże to miało znaczenie wobec problemów biograficznych naszych dziewiętnastowiecznych poetów, którzy nie wzięli udziału w powstaniach? A Wioszczami przecież zostali!

„Struny świata” dowiadujemy się jednak niewiele, właściwie powtarza się tylko w kółko, iż trzeba go kochać, bo wielkim poetą był.

W drugiej części książki wypowiadają się oboczni i głównie ludzie, którzy uchwalają, że dla nich Zbigniew Herbert był Wioszczem współczesności i dowodzić w twórczej niezłomności walczą z komunistami. Ciekawym niezależnym ideologicznie i politycznie. W ostatnich latach publicystą walczącym z nacjonalistami wreszcie z wrogim polskimi (postkomunistami i konformistycznymi liberalami) oraz obcym (grany Czeszowi). Poetą budzącym sumienia młodszych ludzi, że odkryli prawdziwą niepodległość. Miał słów mocnych, bojowych. Lejąc w ostatniej chorobie żegnał odwołujących się do historii, zacierał w piasek. Czuł się poetą i publicystą odpowiedzialnym za kraj Polki.

Czytałam tę opasłą książkę wytrwale, dokładnie, z zainteresowaniem, ale i z męczącym poczuciem, że Zbigniewowi Herbertowi należy się książka inna. W której o jego roli mogłoby i chcieć wypowiedzieć się ludzie o różnych postawach intelektualnych, istotopoglądowych, politycznych. Przede wszystkim zaś książka, która naprawdę ukazałaby Herberta jako „pana od pań”, to właśnie swoją treścią i formą ofiarował nam najbliższą.

W książce Justyny Stedleckiej najlepsza, najmniej kontrowersyjna wydała mi się wcale niebagatelna część poświęcona młodym młokosom, Baniom, mianomom, eroceryzmom zabawom i wielkim uczuciom Herberta, który kobiety zwiebiał. Bawił się nimi, ale i cierpiał, analizował, powracał, nie wyszła – Waryżki! Może najładniejszą jest tutaj prawdziwą „pan od pań”.

Justyna Stedlecka, Pan od pań. Warszawa: Biały Kruk 2002, s. 418




Zdjęcie 2. Rubryka *Kultura/książki*
„Polityka” 2002, nr 31, s. 54

Jak już wspomniano wcześniej, w sierpniu 2002 r., od numeru 33 zmieniła się formuła całego tygodnika, a wraz z nią i postać rubryki poświęconej recenzjom książek. Od tej chwili nosiła ona nazwę *Afisz [książki]*, przeniesiono ją też na początek całego działu, związanego z kulturą, anonsowanego w postaci *Afisa*. W tej postaci zrecenzowano zaledwie siedem książek, ponieważ zachowała ona swą nazwę tylko przez trzy kolejne numery. Już od numeru 36 tego roku (2002) ponownie zmodyfikowano jej tytuł, tym razem skracając go, pozostawiając same *Książki* (omówiono wtedy 171 tytułów). Obydwie zmiany prezentują zdjęcia 3 i 4.



Zdjęcie 3. Strona recenzyjna na łamach „Polityki” „Polityka” 2002, nr 33, s. 53

Zdjęcie 4. Strona recenzyjna na łamach „Polityki” „Polityka” 2002, nr 36, s. 53



Obydwa przytoczone przykłady różnią się między sobą tylko nieznacznie. W ramach nowej formuły omawianej strony pojawiały się najczęściej dwie recenzje, na które w dalszym ciągu składała się krótka adnotacja treściowa dotycząca prezentowanej książki, kopia jej okładki, dane bibliograficzne (umieszczane już tradycyjnie u dołu recenzji), czasem zdjęcie jej autora. Podobnie jak było wcześniej, nieraz w ramach jednej recenzji prezentowano dwa lub trzy tytuły, ale zdarzało się to stosunkowo rzadko. Nowością było pojawiające się niekiedy zaproszenie na spotkanie internetowe z autorem przedstawianej książki⁶⁴. Zachowano również miejsce, w którym zamieszczano recenzje: była to druga strona *Afisa*, ale już nie cała, bowiem obok pojawiała się kolumna poświęcona innym wydarzeniom kulturalnym.

Ostatnia zmiana w badanym okresie dotycząca rubryki strony specjalnie poświęconej recenzji miała miejsce od numeru 17 (2004). W dalszym ciągu pojawiała się ona w ramach *Afisa*, ale nosiła już tytuł: *W księgarńi*. W tej postaci zrecenzowano 184 książki.

W tym czasie rubrykę zredukowano do niewielkich w porównaniu z poprzednim okresem rozmiarów, tworząc z niej w zasadzie jeden z elementów *Afisa*, graficznie zbliżony do innych, wcześniej wspomnianych (na przykład *W Galerii*). Z reguły zamieszczano w niej dwie recenzje, rzadziej wykorzystując jedną z nich do przedstawienia dwóch książek⁶⁵. Pomimo zmniejszonej objętości postać recenzji pozostawała bez zmian, aczkolwiek obok adnotacji treściowej nie pojawiało się już, podobnie jak w ostatnim okresie, zdjęcie autora prezentowanej książki. W porównaniu z poprzednimi latami, jej opis bibliograficzny często bywał niepełny (pomijano zazwyczaj miejsce lub rok wydania).

Pojawił się jednak, zarzucony wcześniej element oceny, choć dotyczył on już wszystkich informacji kulturalnych, recenzowanych w ramach *Afisa*. Nie zawsze też stosowano go w odniesieniu do książek. Odtąd przyjął on postać symbolicznych znaków, z których 3 plusy oznaczały, że recenzowane wydarzenie (film, płyta, sztuka, książka) jest „świetne”, 2: „dobre”, 1: „średnie”, zaś minus określał je jako „złe”. Już w numerze 22 (2005) skala ocen została zwiększona do 6, oceny zaś zmieniono na symbole strzałek: 6 oznaczało, że przedmiot recenzji jest „wybitny!”, 5: „bardzo dobry”, 4: „dobry”, 3: „średni”, 2: „słaby”, 1: „dno!”. Od numeru 33 (2004) pojawił się nad recenzją odsyłacz: „Fragmety książek na stronie: www.polityka.pl//czytelnia”⁶⁶. Przykładową stroną recenziyjną z tego okresu przedstawia zdjęcie 5.

⁶⁴ Zob. np. A. Kosowska, *Redaktor Niwiński na tropie*. Recenzowana książka: T. Piątek, *Kilka nocy poza domem*, Czarne, Wołowiec 2002, s. 219. Pod opisem bibliograficznym znalazło się wspomniane zaproszenie.

⁶⁵ Np. „Polityka” 2004, nr 38, s. 60.

⁶⁶ „Polityka” 2005, nr 29, s. 52.



Zdjęcie 5. Strona recenzyjna na łamach „Polityki”
„Polityka” 2005, nr 25, s. [68]

Objętościowe zmniejszenie omówień starano się zrekomensować w inny sposób. Obok standardowych prezentacji książek w ramach rubryki *W księgarni* pojawił się kilkakrotnie dodatkowy element, za każdym razem inaczej tytułowany. Cechą charakterystyczną był tu temat, który łączył książki (zazwyczaj trzy tytuły), wybrane przez jednego lub dwóch recenzentów. I tak był to: *Afisz: Czytała na plażę*⁶⁷, *Afisz: Czytała podróże*⁶⁸,

⁶⁷ „Polityka” 2005, nr 29, s. 52 (3 książki, 1 recenzent, Mariusz Czubaj).

⁶⁸ „Polityka” 2005, nr 30, s. 54; *ibidem*, nr 31, s. 54 (ta rubryka pojawiła się dwukrotnie w kolejno następujących po sobie numerach. W każdym znalazły się trzy tytuły książek, w pierwszym przypadku przedstawione przez jednego recenzenta: Aleksandra Kaczorowskiego, w drugim – przez dwoje: Katarzynę Janowską i Mariusza Czubaj).

*Afisz: Czytadła fantastyczne*⁶⁹, *Afisz: Obrazki z PRL*⁷⁰, *Afisz: Lektury podróżne*⁷¹, *Afisz: Lektury rocznicowe*⁷², *Afisz: Ostre czytadła*⁷³, *Afisz: Zabójcze czytadła*⁷⁴, *Afisz: Czwarta władza*⁷⁵.

Recenzje zamieszczane w ramach tych rubryk miały formę niewielkich adnotacji treściowych, znacznie krótszych od zwyczajowych, choć i w tym przypadku podawano adres bibliograficzny proponowanej lektury, a obok recenzji książki znajdowała się kopia jej okładki. Całość miała objętość kolumny na jasnym tle.

Zdarzały się też recenzje okazjonalne, jak np. przed Świątami Bożego Narodzenia, kiedy redakcja proponowała czytelnikom listę prezentów książkowych pod choinkę⁷⁶, a także na przykład przed majowym weekendem⁷⁷. W takich przypadkach były to krótkie omówienia wybranych tytułów, zazwyczaj wzbogacone o podstawowe informacje bibliograficzne i kopie okładek proponowanych książek. Podobny charakter miały propozycje lekturowe na wakacje⁷⁸.

Jak już wspomniano, recenzje znajdowały się również w innych działach i rubrykach pisma. W tabeli 4 zaprezentowano liczbę i lokalizację omówień lub form do nich zbliżonych.

⁶⁹ „Polityka” 2005, nr 32, s. 58 (3 książki, 1 recenzent, Wojciech Krusiński).

⁷⁰ „Polityka” 2005, nr 34, s. 56 (wyjątkowo 4 tytuły, zaproponowane przez Wiesława Władkę).

⁷¹ „Polityka” 2005, nr 35, s. 60 (3 recenzje 3 książek zrecenzowane przez Romana Kurkiewicza).

⁷² „Polityka” 2005, nr 36, s. 58 (3 tytuły omówione przez 2 recenzentów: Agnieszkę Celledę i Wiesława Władkę).

⁷³ „Polityka” 2005, nr 37, s. 56 (3 książki przedstawione przez M. Czubaję. Zaproponował on kryminały i horrory).

⁷⁴ „Polityka” 2005, nr 41, s. 60; *ibidem*, nr 43, s. 64 (propozycja w sumie 6 tytułów; w pierwszym z numerów recenzentem był W. Krusiński, w drugim – M. Czubaj).

⁷⁵ „Polityka” 2005, nr 50, s. 62 (3 książki zaprezentowane w postaci 3 recenzji przez jedną recenzentkę, K. Lubelską).

⁷⁶ (zp) i in., *Gorączka grudniowej choinki*, „Polityka” 2001, nr 49, s. 54–55.

⁷⁷ J. Wróblewski, *Między bestsellerem a arcydziełem*, „Polityka” 2002, nr 18, s. 47.

⁷⁸ J. Klimczyk, J. Wróblewski, *Trzeba to wreszcie przeczytać*, „Polityka” 2002, nr 27, s. 49–51; J. Wróblewski, *Lektury na każdą pogodę*, *ibidem*, 2001, nr 27, s. 43–45. Jedną z takich propozycji była szczególnie interesująca i rozbudowana, przybrała bowiem postać „przewodnika czytelniczego wokół Morza Śródziemnego, czyli po miejscach, które na zagraniczne wakacje Polacy wybierają najchętniej”. Zob. J. Podgórska, M. Strzałkowska, *Do czytania na wakacjach*, *ibidem*, 2003, nr 27, s. 52–54.

Tabela 4. Recenzje drukowane poza rubryką recenzyjną na łamach „Polityki”

Nazwa działu/rubryki	2001	2002	2003	2004	2005	Razem
<i>Analiza</i>	1	–	–	–	–	1
<i>Edukacja</i>	1	–	–	–	–	1
<i>Fusy plusy i minusy</i>	–	–	–	3	–	3
<i>Gospodarka</i>	–	1	–	–	–	1
<i>Groński</i>	2	3	–	2	2	9
<i>Historia</i>	5	5	4	10	3	27
<i>Idee</i>	–	–	–	1	–	1
<i>Komentarze: do i od redakcji</i>	–	–	–	3	–	3
<i>Kraj</i>	–	1	2	–	1	4
<i>Kultura</i>	26	23	15	16	45	125
<i>Ludzie</i>	–	–	–	1	–	1
<i>Ludzie i wydarzenia</i>	–	2	1	1	–	4
<i>Nauka</i>	4	1	–	1	2	8
<i>Perswazje i wycinki</i>	1	2	–	–	–	3
<i>Pilch</i>	5	7	4	3	5	24
<i>Polityka i obyczaje</i>	–	2	3	1	1	7
<i>Społeczeństwo</i>	–	3	3	2	2	10
<i>Sport</i>	–	–	1	–	–	1
<i>Stomma</i>	2	1	5	2	2	12
<i>Świat</i>	–	1	1	2	1	5
<i>Za stołem</i>	–	–	–	–	1	1
Ogółem liczba recenzji poza specjalną rubryką, poświęconą książce	47	52	39	48	65	251

Źródło: badania własne.

Jak widać, drugie miejsce, po rubryce recenzyjnej, pod względem liczby recenzji, omówień zajmuje dział *Kultura*, poza rubryką książkową (125 omówień), następnie *Historia* (27) oraz felieton J. Pilcha, w którym znany pisarz niejednokrotnie dzielił się wrażeniami z przeczytanej lektury. Podobną formę wybierał L. Stomma, który 12 razy skorzystał z tej możliwości kontaktu z czytelnikami, by podzielić się z nimi opiniami o poznanych książkach.

Poza wymienionymi wcześniej nazwiskami, autorami recenzji, rozmieszczonych w całym piśmie (włączając w to omówioną już częściowo rubrykę recenzyjną) w ciągu analizowanych 5 lat było jeszcze 122 innych dziennikarzy współpracujących z „Polityką” (zob. Aneks 1. Autorzy recenzji drukowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005).

Najczęściej naturalnie pojawiały się nazwiska tych, którzy swoje omówienia zamieszczali w ramach działu *Kultura* i poprzedzającego go *Afisz*, co jest oczywistą konsekwencją faktu, że w tych właśnie miejscach drukowano najwięcej recenzji. Według Z. Pietrasika

recenzenci dobierani byli do konkretnych książek. Jedni zajmowali się prozą, inni poezją, jeszcze inni śledzili literaturę popularną. Korzystaliśmy również z autorów zewnętrznych⁷⁹.

Absolutnym rekordzistą, jeśli chodzi o liczbę prezentowanych w ten sposób tytułów, był M. Czubaj, który przedstawił aż 93 książki. Następny recenzent, Aleksander Kaczorowski, zaprezentował ich 43, kolejni „rekordowi” recenzenci to: Zdzisław Pietrasik Adam Szostkiewicz (obydwaj po 35 tytułów), Jarosław Klejnocki (28), Jerzy Pilch (27), Piotr Huniewicz (23), Piotr Sarzyński, Wojciech Krusiński, Jerzy Wróblewski (po 22), Andrzej Garlicki (19), Adam Krzeziński, Wiesław Władyka (po 18), Piotr Adamczewski, Edwin Bendyk (po 16), Mirosław Pęczak (15), Dariusz Nowacki (13), Ludwik Stomma (12) oraz Mariusz Cieślak, Ryszard M. Groński i Daniel Passent (po 11).

Ogółem zrecenzowano książki 585 różnych autorów⁸⁰, w tym 324 pisarzy polskich i 261 obcych (zob. Aneks 2. Autorzy recenzowanych książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005). Jak twierdzi Z. Pietrasik: „Nie było żadnych ustaleń dotyczących wyboru recenzowanych książek”, chociaż przewagę autorów rodzimych można tłumaczyć tym, iż starano się „w miarę możliwości nie pomijać książek krajowych autorów, zwłaszcza tych, z którymi wiązaliśmy największe nadzieje”. Recenzenci kilkakrotnie prezentowali więcej niż jedną książkę tego samego autora. Było tak w 98 przypadkach: w odniesieniu do pisarzy polskich 56 razy, zaś w stosunku do twórców obcych 42-krotnie.

W tabeli 5 przedstawiono nazwiska pisarzy, których recenzenci omawiali najczęściej.

Tabela 5. Najczęściej recenzowani autorzy polscy na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Dorota Maślowska	5	<i>Paw królowej</i> (dwukrotnie) <i>Wojna polsko-ruska pod flagą białą-czerwoną</i> (trzykrotnie)
Stefan Chwin	4	<i>Kartki z dziennika</i> <i>Wspólna kąpiel</i> <i>Złoty pelikan</i> <i>Żona prezydenta</i>
Katarzyna Grochola	4	<i>Nigdy w życiu!</i> (dwukrotnie) <i>Serce na temblaku</i> <i>Upoważnienie do szczęścia</i>

⁷⁹ Informacje uzyskane dzięki korespondencji ze Zdzisławem Pietrasikiem.

⁸⁰ Liczba ta obejmuje nazwiska autorów, które podane były w jakiegokolwiek formie przy recenzji, także np. w postaci okładki książki. W 54 przypadkach brakowało tej informacji.

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Ewa Lipska	4	<i>Gdzie indziej</i> <i>Ja</i> <i>Sklepy zoologiczne</i> <i>Uwaga: stopień</i>
Tomasz Piątek	4	<i>Bagno</i> <i>Heroina</i> <i>Kilka nocy poza domem</i> <i>Przypadek Justyny</i>
Jerzy Sosnowski	4	<i>Apokryf Agłai</i> <i>Linia nocna (Singles` collection)</i> <i>Prąd zatokowy</i> <i>Wielościan</i>
Anna Brzezińska	3	<i>Letni deszcz</i> <i>Opowieści z Wilżyńskiej Doliny</i> <i>Wody głębokie jak niebo</i>
Janusz Głowacki	3	<i>Ostatni cieć</i> <i>Z głowy (dwukrotnie)</i>
Ryszard Marek Groński	3	<i>Kłębuszek snu</i> <i>Suche oczy. Powieść brukowa</i> <i>Jeź na kaktusie, wypisy z historii najnowszej 1999–2002</i>
Paweł Huelle	3	<i>Castorp</i> <i>Mercedes-Benz. Z listów do Hrabala (dwukrotnie)</i>
Jan Paweł II Jan Paweł II, Skawarnicki Marek	3	<i>Autobiografia</i> <i>Wskazania na trzecie tysiąclecie</i> <i>Listy prywatne papieża</i>
Hanna Krall	3	<i>Spokojne niedzielne popołudnie</i> <i>To ty jesteś Daniel</i> <i>Wyjątkowo długa lista</i>
Krystyna Lubelska	3	<i>Miłość w stanie wyższej konieczności (dwukrotnie)</i> <i>Życie tam i z powrotem</i>
Jerzy Pilch	3	<i>Miasto utrapienia</i> <i>Narty Ojca Świętego</i> <i>Upadek człowieka pod Dworcem Centralnym</i>
Andrzej Sapkowski	3	<i>Boży bojownicy</i> <i>Narrenturm</i> <i>Rękopis znaleziony w smoczej jaskini. Kompendium wiedzy o literaturze fantasy</i>
Sławomir Shuty	3	<i>Cukier w normie z ekstrabonusem</i> <i>Produkt polski (recycling)</i> <i>Zwał</i>

Tabela 5 (cd.)

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Wisława Szymborska	3	<i>Chwila</i> <i>Dwukropek</i> <i>Rymowanki dla dużych dzieci</i>
Janusz L. Wiśniewski	3 ^a	<i>Los powtórzony</i> <i>Martyna</i> <i>Samotność w sieci</i> <i>Tryptyk</i> <i>Zespoły napięć</i>

^a W jednej z recenzji zrecenzowano kilka tytułów. Zob. „Polityka” 2004, nr 7, s. 64.
Źródło: badania własne.

W przypadku literatury polskiej widać, że recenzenci, sięgając kilkakrotnie po utwory tego samego twórcy, nierzadko wybierali także, obok autorów literatury popularnej (K. Grochola, D. Masłowska, A. Sapkowski), pisarzy znanych raczej węższemu kręgowi odbiorców (na przykład H. Krall, J. Sosnowski). Interesujący jest również fakt, że w przedstawionej w tabeli 5 grupie znalazły się trzy nazwiska poetów (Ewa Lipska, Wisława Szymborska, Marcin Świetlicki).

Warto zaznaczyć, że kilkakrotnie omówiono książki, których autorami byli współpracownicy pisma. Wśród nich (poza już wymienionymi) znaleźli się: E. Bendyk (*Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci*), Z. Kałużnyński (*Do czytania pod prysznicem*), K. Koźniewski (*I zawsze krzyż oksydowany...*), L. Stomma (*Słownik polskich wyzwisk, inwektyw i określeń pejoratywnych; Dzieje smaku*), W. Władyka (*Kartki z PRL. Ludzie, fakty, wydarzenia, t. 1, 1944–1970*) i J. Żakowski (*Trwoga i nadzieja*).

Nieco odmienne wnioski nasuwają się w odniesieniu do zestawienia zawierającego nazwiska pisarzy obcych.

W większości tworzyli oni grupę twórców popularnych, których książki nierzadko gościły na listach bestsellerów (U. Eco, S. King). Jeśli przyjrzymy się pełnej liście nazwisk autorów książek prezentowanych na łamach pisma, zauważymy, że wnioski wypływające z analizy tabeli 6 są reprezentatywne dla całej grupy twórców.

Tabela 6. Najczęściej recenzowani autorzy obcy na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Autor	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Paul Auster	5	<i>Księga złudzeń</i> <i>Noc wyroczni</i> <i>Szaleństwo Brooklynu</i> <i>Timbaktu</i> <i>Wiążąc koniec z końcem</i>
Harlan Coben	5	<i>Bez skrupułów</i> <i>Bez śladu</i> <i>Krótką piłka</i> <i>Nie mów nikomu</i> <i>Tylko jedno spojrzenie</i>
Umberto Eco	5	<i>Baudolino</i> <i>Historia piękna</i> <i>O literaturze</i> <i>Tajemniczy płomień królowej Loany (dwukrotnie)</i>
Amélie Nothomb	5	<i>Antychrysta</i> <i>Krasomówca</i> <i>Metafizyka rur</i> <i>Sabotaż miłosny</i> <i>Z pokorą i uniżeniem</i>
Dan Brown	4	<i>Cyfrowa twierdza</i> <i>Kod Leonarda da Vinci (trzykrotnie)</i>
John Grisham	4	<i>Król afer</i> <i>Malowany dom</i> <i>Wezwanie</i>
Gabriel García Márquez	4	<i>Na fałszywych papierach w Chile</i> <i>Pamięć o moich smutnych dziwkach</i> <i>Skandal stulecia i inne felietony</i> <i>Życie jest opowieścią</i>
Arturo Pérez-Reverte	4	<i>Królowa Południa</i> <i>Przygody kapitana Alariste, t. 1</i> <i>Przygody kapitana Alariste, t. 2</i> <i>Terytorium Komańczów</i>
John le Carré	3	<i>Miasteczko w Niemczech</i> <i>Przyjaźń absolutna</i> <i>Wierny ogrodnik</i>
Norman Davies	3	<i>Mikrokosmos: Portret miasta środkowoeuropejskiego</i> <i>Rising '44: The Battle for Warsaw</i> <i>Wyspy. Historia</i>

Tabela 6 (cd.)

Autor	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Michel Houellebecq	3	<i>Cząstki elementarne</i> <i>Możliwość wyspy</i> <i>Platforma</i>
Stephen King	3	<i>Buick 8</i> <i>Colorado Kid</i> <i>Jak pisać. Pamiętnik rzemieślnika</i>
Philip Roth	3	<i>Amerykańska sielanka</i> <i>Cień pisarza</i> <i>Spisek przeciwko Ameryce</i>
José Carlos Somoza	3	<i>Dafne znikająca</i> <i>Jaskinia filozofów</i> <i>Listy od zabójcy bez znaczenia</i>
Robert Wilson	3	<i>Ślepiec z Sewilli</i> <i>Śmierć w Lizbonie</i> <i>Zaułek łgarza</i>

Źródło: badania własne.

W przypadku autorów obcych nieco częściej niż w odniesieniu do twórców rodzimych prezentowane były dzieła znane (poza wymienionymi recenzenci proponowali np. książki Roberta Ludluma, Jonathana Carrolla, Johna M. Coetzee`a, Paula Coelho, Helen Fielding, Johna Irvinga, Deana Koontze`a, Davida Lodge`a, Terry`ego Pratchette`a, Salmana Rushdie, José Saramago). Przewaga ta, mimo że zauważalna, nie jest jednak na tyle duża, by można mówić o propagowaniu przez pismo literatury masowej. Typowe „czytadła” nie stanowiły tu szczególnie znaczącej grupy (wyjątkiem jest drukowana przez pewien czas opisana wcześniej sporadyczna rubryka różnie zatytułowana, na przykład *Czytadła na plażę*). Bardzo rzadko zdarzały się choćby recenzje romansów. Był to jednak naturalny efekt określenia przez pismo typu adresata. Potwierdzeniem tej tezy jest zestawienie prezentowanej w tygodniku literatury polskiej. W tym przypadku recenzenci omawiali częściej utwory pisarzy mniej znanych⁸¹. Nierzadko przedstawiana była również poezja. Obok już wymienionych pojawiły się nazwiska m.in. Zbigniewa Herberta, Czesława Miłosza, Kazimierza Orłosa i Tadeusza Różewicza.

⁸¹ Zdarzały się wyjątki, np. w 2004 r. zrecenzowano książkę Adama Małysza, *Moje życie*, Wydawnictwo m, Kraków 2004. Zaznaczyć należy jednak, że był to okres przypadający na apogeum popularności tego skoczka narciarskiego.

Można zatem powiedzieć, że książki proponowane czytelnikom „Polityki” tworzą grupę ambitnych lektur, które zainteresować mogą odbiorcę, kupującego wiodący w Polsce tygodnik opinii.

W badanym okresie recenzenci skorzystali z propozycji 189 wydawców (zob. Aneks 3. Wydawcy recenzowanych książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005), w tym 9 oficyn zagranicznych⁸². W tabeli 7 zaprezentowano tych edytorów, z oferty których dziennikarze „Polityki” korzystali najczęściej.

Tabela 7. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba recenzji
Wydawnictwo W.A.B.	87 ^a
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	49
Spółeczny Instytut Wydawniczy Znak	36
Wydawnictwo Muza	30
Wydawnictwo Literackie	29
Świat Literacki	23
Dom Wydawniczy REBIS	20
Wydawnictwo Zysk	19
Wydawnictwo Czarne	19
Wydawnictwo Iskry	18
Wydawnictwo Sic!	16
Oficyna Literacka Noir sur Blanc	
Wydawnictwo Amber	

^a W tym trzykrotnie z Wydawnictwem CiS oraz dwukrotnie z Wydawnictwem Małe.

Źródło: badania własne.

Najczęściej sięgano po książki znanych oficyn: Wydawnictwa W.A.B., Wydawnictwa Prószyński i S-ka czy Społecznego Instytutu Wydawniczego Znak, ale prezentowano również ofertę mało znanych edytorów, na przykład Domu Wydawniczego Errata, Grupy IMAGE, Oficyny Wydawniczej Fogra, Stentor, Wydawnictwa BASIL, Wydawnictwa Efor, Wydawnictwo ImagoIbris, Wydawnictwa Post, Wydawnictwa Veda.

⁸² W 112 przypadkach nie podano nazwy wydawcy, jednak na potrzeby prezentowanej pracy jej autorka sprawdziła brakujące elementy. W 12 przypadkach nie ustalono wydawcy. Skorzystano z „Przewodnika Bibliograficznego” *on line*, dostępnego na stronie internetowej Biblioteki Narodowej: www.bn.org.pl oraz ze stron: <http://czytelnia.onet.pl/>, <http://www.empik.com/>.

2.2.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady⁸³

Recenzje zamieszczane na łamach „Polityki” prezentowały zazwyczaj nowości wydawnicze, choć czasem sięgano także po książki wydane kilka lat lub miesięcy wcześniej⁸⁴. Najmniej było zapowiedzi wydawniczych.

Objętość omówień wahała się od kilku lub kilkunastu zdań, aż do tekstów jedno-, a nawet czterostronicowych. Obszerniejsze recenzje odnaleźć można było głównie poza rubryką recenzyjną, chociaż i tu niekiedy pojawiały się dłuższe prezentacje (szczególnie w okresie, gdy strony poświęcone recenzjom nosiły tytuł *Kultura/książki*).

Najczęstszymi ich elementami było streszczenie proponowanej książki, niekiedy krótka charakterystyka jej autora i praktycznie niemal zawsze opinia na temat danego tytułu. W przypadku książek recenzowanych poza wspomnianą rubryką, częściej pojawiała się bardziej wnikliwa charakterystyka twórczości danego pisarza, odwołanie się do jego wcześniejszych utworów, a także bogatszy komentarz, uzasadniający ocenę omawianej książki. W tym miejscu czytelnik mógł spodziewać się także raczej ogólnego nakreślenia tła akcji proponowanego utworu.

Inaczej było w przypadku recenzji drukowanych na przeznaczonych do tego stronach. Tu streszczenie często nabierało pierwszoplanowego znaczenia i zazwyczaj było dokładniejsze. Recenzent dbał o przekazanie większej liczby szczegółów, odnoszących się nie tylko do zarysowania głównych wątków utworu, jego charakteru⁸⁵, najważniejszych postaci, ale i nierzadko podawał informacje dotyczące miejsca i czasu, w którym opisane zostały losy bohaterów. Oto kilka wybranych przykładów:

Znajdujemy się na wysepce u wybrzeży Chile. Jest początek XX wieku, ale tu cywilizacja jeszcze nie dotarła. Życie bohaterów toczy się w rytmie zbiorów zboża i jabłek. Nie znają oni współczesnego pojęcia pracy, która nie jest dla nich jeszcze oddzielona od zabawy i religijnych obrzędów. Ta sielanka szybko się jednak kończy. Wyspiarze, którzy żyli w harmonii z naturą i tworzyli ścisłą wspólnotę, stykają się ze światem pieniądza⁸⁶.

⁸³ W tym miejscu przedstawiono recenzje, zamieszczane w całym periodyku, starając się równocześnie uchwycić różnicę pomiędzy omówieniami drukowanymi w rubrykach recenzyjnych i poza nimi. Jednocześnie, jako że „Polityka” stanowi jedynie jeden z tytułów w prezentowanej pracy, niemożliwa jest, ze względów objętościowych, szczegółowa charakterystyka większej liczby recenzowanych na jej łamach książek. Dlatego też ograniczono się do przedstawienia wybranych, reprezentatywnych w odczuciu autorki, recenzji.

⁸⁴ Zob. np. „Polityka” 2002, nr 42, s. 106: recenzja książki wyd. w 1926 r.: Księgarnia Polska Bernarda Połonieckiego.

⁸⁵ Zob. np. Z. Pietrasik, *Żywot Jakuba*, „Polityka” 2003, nr 2, s. 47; H. Zaworska, *Szalony Wienia*, *ibidem*, 2002, nr 12, s. 56.

⁸⁶ K. Gajewski, *W stylu wielkiego realizmu*, „Polityka” 2001, nr 23, s. 57.

Książka nazywa się „Ostatni cieć” i składa się z opowieści tytułowego bohatera, chłopca spod Włoszczowej, rzuconego w głąb Ameryki, a także wynurzeń postaci, z którymi się zetknął na tym dziwnym, zagrożonym zagładą kontynencie. Rzecz dzieje się w przyszłości, niezbyt jednak odległej, powiedzmy na początku XXI wieku, ale dalej niż dziś⁸⁷.

czy

Akcja powieści „Czwarte niebo” Mariusza Sieniewicza [...] toczy się w określonym miejscu i czasie. Jest to Olsztyn [...] główny bohater [...] Zygmunt Drzeźniak, dobiegający trzydziestki, nieudacznik z wyboru. Coś tam studiował, lecz bez sukcesów, teraz dorabia w uczelni jako portier, traktując zajęcie tymczasowo...⁸⁸.

Z innej recenzji czytelnik dowiadywał się, że:

Trzecia powieść Marka Krajewskiego – rozgrywa się we Wrocławiu we wrześniu 1919 r. [...] Jej bohaterem jest znany czytelnikowi z wcześniejszych części zgorzkniały i cyniczny miłośnik klasycznej poezji łacińskiej, weteran I wojny światowej Eberhard Mock [...]. Tym razem wrocławski policjant próbuje rozwikłać tzw. sprawę czterech marynarzy⁸⁹,

w kolejnej mógł przeczytać:

Autobiografia Gabriela Garcii Márqueza – „Życie jest opowieścią” – to barwna historia o pierwszych trzydziestu latach spędzonych przez przyszłego noblistę na wysłuchiwanie rodzinnych przygód i nauce. Książka ta opisuje zarazem narodziny magicznej wyobraźni pisarza...⁹⁰.

Jak wspomniano, kolejnym elementem recenzji była prezentacja autora proponowanej książki. W omówieniach zamieszczanych w specjalnie do tego przeznaczonych rubrykach ograniczała się ona nierzadko do krótkich informacji, jak na przykład:

Andrew Nagorski – wybitny publicysta, przez lata korespondent „Newsweeka” w Polsce...⁹¹

czy

Amélie Nothomb jest piękna, bogata, sławna i utalentowana. Ma 35 lat, 10 książek na koncie i status literackiej gwiazdy w krajach francuskojęzycznych⁹².

⁸⁷ Z. Pietrasik, *Opowieści na koniec świata*, „Polityka” 2001, nr 43, s. 54.

⁸⁸ Z. Pietrasik, *Giaur warmiński*, „Polityka” 2004, nr 4, s. 49.

⁸⁹ P. Huniewicz, *Breslau po raz trzeci*, „Polityka” 2005, nr 28, s. 54.

⁹⁰ J. Wróblewski, *Márquez: narodziny magicznej wyobraźni*, „Polityka” 2004, nr 15, s. 63.

⁹¹ J. Królak, *Świat bez Hitlera*, „Polityka” 2003, nr 22, s. 53.

⁹² M. Cieślak, *Proza popowa*, „Polityka” 2002, nr 15, s. 46.

Niekiedy jednak recenzent starał się podać nieco więcej szczegółów dotyczących autora, i tak na przykład czytelnik dowiadywał się, że:

Simon Sebag Montefiore studiował historię w Cambridge. Talent pisarski rozwinął współpracując z takimi pismami, jak „New York Times”, „Spektator”, „Sunday Times”⁹³,

a

Krzysztof Mroziewicz jak mało kto jest powołany do napisania takiej książki: weteran Ameryki Łacińskiej, wieloletni korespondent PAP w Indiach i w okolicy (Afganistan, Pakistan), ambasador RP w New Delhi, Sri Lance i Nepalu, laureat telewizyjnych Wiktorów, wieloletni publicysta „Polityki”, doradca ministra spraw zagranicznych, słowem – w polskim dziennikarstwie instytucja⁹⁴,

zaś

Roy Jacobson uważany jest w Norwegii za jednego z najbardziej utalentowanych pisarzy współczesnych, co potwierdzają liczne przyznane mu nagrody literackie. Jest autorem kilkunastu tomów prozy i opowiadań, w Polsce ukazały się dwie jego książki...⁹⁵.

Z kolei Marcin Meller pisał o twórcy *Terytorium Komanczów*:

W Polsce Pérez-Reverte to autor znany od niedawna ze świetnych erudycyjnych thrillerów osnutych wokół wielkiej sztuki, religii, okultyzmu, historii. Kochają go fani czarnego kryminału spod znaku Raymonda Chandlera i wielbiciiele narracji Stendhala. Jednak dla Hiszpanów ten 50-letni dziś pisarz przede wszystkim był twarzą telewizyjną, korespondentem wojennym państwowej TVE, wcześniej jeszcze zasłynął jako reporter z afrykańskich wojen dziennika „Pueblo”...⁹⁶.

Niekiedy przywoływano nagrody, które otrzymał autor proponowanej książki⁹⁷.

Ostatnim najczęściej pojawiającym się elementem recenzji była ocena przedstawianej książki. W omówieniach drukowanych w rubrykach recenzyjnych pojawiała się ona w opisanych okresach w postaci symboli, ale poza tym czytelnik, niezależnie od nich mógł poznać osobiste odczucia recenzenta, który nie wahał się używać mniej lub bardziej rozbudowanych określeń, na podkreślenie własnej opinii. Odbiorca dowiadywał się zatem, że proponowana książka to „świetna lektura”, „niebywale sympatyczna, pogodna, ale i pouczająca”, „doskonale napisana”, „zaskakująco dobra”, „znakomita”,

⁹³ A. Garlicki, *Stalin, jego dworzanie i kobiety*, „Polityka” 2004, nr 42, s. 60.

⁹⁴ D. Passent, *Przewodnik po globalnej wiosce*, „Polityka” 2004, nr 22, s. 62.

⁹⁵ W. Krusiński, *Agent z przeszłością*, „Polityka” 2003, nr 48, s. 57.

⁹⁶ M. Meller, *Zmarnowana bomba*, „Polityka” 2001, nr 17, s. 57.

⁹⁷ Zob. np. „Polityka” 2003, nr 45, s. 67; *ibidem*, 2004, nr 12, s. 63;

„intrygująca”, „sprawnie napisana”, „dobra literatura”. Tego typu określenia (o charakterze reklamowym) powtarzały się wielokrotnie, w różnych omówieniach, w odniesieniu do rozmaitych książek. Jakkolwiek przeważały oceny pozytywne, to nie szczędzono również krytyki. W rubrykach recenzyjnych prezentowano ją, poza wspomnianymi symbolami, również w postaci krótkich stwierdzeń, odnoszących się zazwyczaj bezpośrednio do autora (na przykład: „Manuela Gretkowska – największa skandalistka w polskiej współczesnej literaturze – napisała swoją najgorszą książkę”⁹⁸, „Po autorze trzech książek i finaliście nagrody Nike można się spodziewać znacznie więcej”⁹⁹), rzadziej do danej książki (jak choćby: „powieść sprawia wrażenie napisanej na chybcika, między kolejnymi felietonami, a płynący z niej morał – że nie tak miało być – nie wydaje się specjalnie frapujący”¹⁰⁰). Niekiedy ocena negatywna był obszerniej wyjaśniana, jak na przykład w przypadku *Popularnej encyklopedii mass mediów*:

Brakuje spisu haseł, nie mówiąc już o indeksach osobowych i rzeczowych znacznie ułatwiających posługiwanie się taką publikacją. Nie wiadomo też, jakimi kryteriami kierowali się jej twórcy decydując się na biogram Marii Koterbskiej, a nie np. Kazika Staszewskiego¹⁰¹.

Nierzadko oceny negatywne pojawiały się również w omówieniach, zamieszczanych poza rubryką recenzyjną.

Co ciekawe, w niekorzystnym świetle przedstawiona została na przykład książka autorki, nagrodzonej *Paszportem Polityki*, Doroty Masłowskiej¹⁰², choć tygodnik najczęściej promował twórców – laureatów tegoż wyróżnienia poprzez wywiady z nimi lub skrzętne odnotowywanie ich kolejnych sukcesów. Nie wahano się negatywnie oceniać również dzieł znanych twórców zagranicznych. Tak było w przypadku nowej książki U. Eco: *Baudolino*. Recenzent stwierdził: „Umberto Eco napisał kolejne czytadło dla erudytów, niestety nudniejsze od poprzednich”¹⁰³, ciekawie uzasadniając swoją opinię.

Niekiedy negatywne sądy zamieszczano w wiele mówiącej rubryce *Niskie loty*¹⁰⁴, w której w formie prześmiewczej podkreślano wady danego utworu. Czasem jednak (choć stosunkowo rzadko) krytyka dzieła była znacznie obszerniejsza i stawała się początkiem polemiki pomiędzy recen-

⁹⁸ M. Czubaj, *Gównojad i syssanka*, „Polityka” 2003, nr 13, s. 57.

⁹⁹ A. Kaczorowski, *Szklana lipa*, „Polityka” 2005, nr 21, s. 70.

¹⁰⁰ A. Kaczorowski, *Pisarstwo*, „Polityka” 2005, nr 36, s. 58.

¹⁰¹ M. Czubaj, *Encyklopedia na wyrost*, „Polityka” 2001, nr 3, s. 59.

¹⁰² L. Stomma, *Paszport bez wizy*, „Polityka” 2003, nr 6, s. 98, chociaż niecały rok wcześniej pojawiła się recenzja pozytywna tejże książki: J. Pilch, *Monolog Silnego, ibidem*, 2002, nr 37, s. 103.

¹⁰³ M. Cieślak, *Zmyślny kłamca Baudolino*, „Polityka” 2001, nr 47, s. [56]–57.

¹⁰⁴ P. Sarzyński, *Wydawniczy glut*, „Polityka” 2005, nr 2, s. 61.

zientem a autorem. Tak było na przykład w numerze 11 (2004), w którym przedstawiona została książka Antoniego Dudka: *Reglamentowana rewolucja. Rozkład dyktatury komunistycznej w Polsce 1988–1990*¹⁰⁵. Już sam początek wskazywał na charakter recenzji: „Spiskowa teoria dziejów to ulubiona teza niedouczonej polityków. Znacznie gorzej, gdy sięgają po nią zawodowi historycy”¹⁰⁶. Dalej recenzent, A. Garlicki, wytknął kolejne błędy, jakie znalazł w książce, a także wskazał na autoplgiat, popełniony przez A. Dudka: „Zawiera też książka obszernie fragmenty żywcem przepisane z wcześniejszej pracy tegoż autora”¹⁰⁷. Odbiorca mógł również dowiedzieć się, zanim jeszcze sam po nią sięgnął, że „Książka [...] jest wyjątkowo niechlujnie wydana, co jest winą wydawcy, a nie autora”¹⁰⁸. Po dwóch tygodniach, kupując „Politykę”, jej czytelnik miał jednak możliwość poznać drugą stronę medalu, jako że w piśmie pojawiła się odpowiedź A. Dudka, zaczynająca się od słów:

Konkurencja między autorami, którzy w tym samym czasie wydali prace historyczne na podobny temat, może mieć charakter rzeczowej dyskusji, ale może też przybrać formę rozmaitych aluzji i uszczypliwości. Czytając polemikę prof. Garlickiego („Polityka” 11) z moją „Reglamentowaną rewolucją” trudno oprzeć się wrażeniu, że wybrał on ten drugi model¹⁰⁹.

Na tej samej stronie znalazła się riposta A. Garlickiego.

Polemiką był też dwugłos w sprawie książki Andrzeja Krajewskiego: *Między współpracą a oporem. Twórcy kultury wobec systemu politycznego PRL (1975–1980)*¹¹⁰.

Nierzadko zresztą sięgano po tytuły omawiające okres PRL autorstwa osób dawniej bądź aktualnie związanych z „Polityką”. Na przykład w numerze 6 (2003) pojawiła się recenzja *Dzienników politycznych 1976–1978* M. Rakowskiego¹¹¹, a w numerze 23 (2005) *Kartki z PRL* pod red. W. Władyki (ten tytuł omówiony został nawet dwukrotnie)¹¹².

Literatura wyższego obiegu recenzowana była zazwyczaj w ramach działów: *Analiza, Historia, Nauka*, natomiast na stronach *Kultury* prezentowano częściej książki popularne, zajmujące czołowe miejsca na listach

¹⁰⁵ A. Garlicki, *Opowieść z tezą*, „Polityka” 2004, nr 11, s. 70.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

¹⁰⁷ *Ibidem*.

¹⁰⁸ *Ibidem*.

¹⁰⁹ A. Dudek, *Dworsko czy spiskowo?*, „Polityka” 2004, nr 13, s. 88.

¹¹⁰ A. Krajewski, *Między współpracą a oporem. Twórcy kultury wobec systemu politycznego PRL (1975–1980)*, „Polityka” 2004, nr 28, s. 99; recenzja książki. Polemika z tą recenzją pojawiła się w numerze 22 (2004), s. 99, jej autorem był A. Krajewski.

¹¹¹ D. Passent, *Czy „Dzienniki” mogą kłamać?*, „Polityka” 2003, nr 6, s. 73.

¹¹² L. Stomma, *Kartki z PRL*, „Polityka” 2005, nr 11, s. 114; A. Szostkiewicz, *Daty Polaków*, *ibidem*, nr 19, s. 89.

bestsellerów, adresowane do czytelników z różnych grup wiekowych. Jako że w badanym okresie bohaterem wielu takich zestawień był Harry Potter, rozważano przyczyny popularności książek o małym czarodzieju, informowano o kolejnych częściach cyklu, zarówno tomach książki, jak i ich ekranizacjach, obszernie je recenzując. Pisano również o akcjach, towarzyszących pojawieniu się na rynku następnej części¹¹³. Przytaczano także (w ramach prześmiewczo-szyderczej rubryki *Polityka i obyczaje*) opinie krytyczne wobec opowieści o Harrym Potterze, pojawiające się głównie na łamach „Naszego Dziennika”.

Naturalnie prezentowano nie tylko literaturę adresowaną do dzieci i młodzieży¹¹⁴.

Obszerne, ciekawe omówienie znalazło się na przykład w numerze 51 (2004), a dotyczyło nowej książki G. G. Márqueza. Zajęło niemal dwie strony, opatrzone je zdjęciem pisarza, którego życiorys zręcznie wpleciono w recenzję¹¹⁵. Pisano również o prozie R. Ludluma, oceniając jego ostatnią powieść: *Kłątwa Prometeusza*¹¹⁶.

Jak już wspomniano, niejednokrotnie pojawiały się także omówienia prezentujące dwie książki różnych autorów jednocześnie. Na przykład w jednym z nich recenzent, A. Krzemiński, stwierdził:

„Lektor” Bernarda Schlinka to światowy bestseller, w którym jest zarówno pikantna akcja, jak i potężna dawka psychodramy. Uwiedzenie, miłość, ludobójstwo, zbrodnia i kara, a także kłątwa dotycząca następnego pokolenia. Warto tę powieść czytać razem z „Madame” Antoniego Libery¹¹⁷.

Na łamach „Polityki” drukowano również zagraniczne korespondencje, przybliżające polskiemu czytelnikowi książki wydane za granicą, na przykład w Londynie¹¹⁸, Nowym Jorku¹¹⁹ czy w Paryżu¹²⁰.

Czasem książka stawała się tylko pretekstem do dalszych rozważań. Zdarzało się tak przeważnie w przypadku felietonów J. Pilcha, R. Grońskiego

¹¹³ Zob. np. A. Niezgoda, *Mugole do Wołomina*, „Polityka” 2001, nr 40, s. 91; M. Cieślik, *Harry bohater*, *ibidem*, nr 42, s. [50]–51; A. Rogozińska-Wickers, *Harry Potter Superstar*, *ibidem*, nr 48, s. 58–[59]; Z. Kałużyński, *Ja i Harry Potter*, *ibidem*, 2002, nr 7, s. [46]–47; M. Czubaj, *Globalny Harry*, *ibidem*, 2003, nr 26, s. 88.

¹¹⁴ Warto zresztą zauważyć, że w recenzjach, zamieszczanych na łamach tygodnika „Polityka”, rzadko bywał określany adresat, zob. np. „Polityka” 2004, nr 43, s. 62; *ibidem*, 2005, nr 9, s. 60.

¹¹⁵ K. Mroziewicz, *Jego smutne dziwki*, „Polityka” 2004, nr 51, s. 70–71 (rec. książka: G. G. Márquez, *Pamięć o moich smutnych dziwkach*). Brak adresu wydawniczego.

¹¹⁶ M. Czubaj, *Potęga spisku*, „Polityka” 2001, nr 12, s. [5]–51.

¹¹⁷ A. Krzemiński, *Papierowe libido*, „Polityka” 2001, nr 17, s. [49].

¹¹⁸ „Polityka” 2005, nr 28, s. 66–67.

¹¹⁹ K. Mroziewicz, *Wywiad-rzeka*, „Polityka” 2001, nr 24, s. 54.

¹²⁰ „Polityka” 2005, nr 35, s. 66–67.

czy L. Stommy. Szczególnie autor *Bezpowrotnie utraconej leworęczności* sięgał po znaną sobie książkę lub przypominał sylwetkę pisarza, by dalej snuć rozważania na wybrany przez siebie temat. Niejednokrotnie pisał o literaturze i jej twórcach, w rozmaity zresztą sposób; czasem z atencją, czasem sarkastycznie lub krytycznie, zawsze jednak były to teksty interesujące, charakterystyczne dla stylu pisania tego autora, niekiedy zresztą dające początek polemice¹²¹.

Niestety, poza działem *Kultura i Historia*, w pozostałych miejscach rzadko zdarzało się, by recenzenci przestrzegali profesjonalnej zasady zamieszczania danych bibliograficznych dotyczących omawianej książki. Niektórzy (jak J. Pilch) podawali podstawowe informacje (autor, tytuł, wydawca, ale już bez roku wydania) w tekście, inni ograniczali się tylko do zasygnalizowania tytułu i/lub autora.

Częstokroć recenzje miały ciekawe, przyciągające wzrok tytuły. Oto kilka wybranych przykładów¹²²: *Bunt człowieka ometkowanego*, *Fajtlapa jest wszędzie*, *I ty jesteś barbarzyńcą*, *Jaskinia pozorów*, *Konopnicka w dresie*, *Paraliżująca siła wyobraźni*, *Piękna teoria niemożności*, *Winne jest życie*, *Wydawniczy glut*, *Życie jak powieść*.

Reasumując, ta forma informacji o książce na łamach „Polityki” była bogato reprezentowana, zaś omawiane tytuły (w większości przypadków) dostosowywano do potencjalnych preferencji czytelnicznych odbiorców pisma.

2.2.3.2. *Napiszę, jak się napatrzę*¹²³: wywiady

Jedną z form obecności literatury w prasie są rozmowy z jej twórcami. Na łamach prezentowanego tygodnika z takiej możliwości jej prezentacji skorzystano w ciągu badanych pięciu lat 97 razy (zob. Aneks 4. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Polityki” w latach 2001–2005). W tabeli 8 zaprezentowano liczbę wywiadów w poszczególnych latach.

W tej liczbie nie zawsze rozmówcami byli pisarze; często uwzględniano osoby tylko pośrednio związane z literaturą i kulturą¹²⁴. Jak twierdzi

¹²¹ Zob. np. J. Pilch, *Głupota Susan Sontag*, „Polityka” 2002, nr 38, s. 95; M. Król, *Nie leć na Pilcha*, *ibidem*, nr 41, s. 99; J. Pilch, *Upadek Króla*, *ibidem*, nr 42, s. 102.

¹²² Kolejno: „Polityka” 2004, nr 38, s. 54; 2001, nr 36, s. [54]; 2004, nr 43, s. 77–79; 2003, nr 28, s. 45; 2005, nr 10, s. 62; 2001, nr 35, s. 56; 2005, nr 20, s. 110; 2004, nr 48, s. 62; 2005, nr 2, s. 61; 2001, nr 30, s. 49.

¹²³ „Polityka” 2001, nr 36, s. [54]. Słowa Tadeusza Konwickiego, z jego krótkiej wypowiedzi.

¹²⁴ W tej liczbie znaleźli się pisarze, językoznawcy, historycy, aktorzy, odtwarzający główne role w adaptacjach znanych dzieł. Pominięto tych, którzy związani byli z innymi dziedzinami życia, jak np. ekonomią czy polityką.

Z. Pietrasik, wynikało to z faktu, że: „w Polsce jest mało pisarzy, z którymi warto robić wywiady. Z wszystkimi ważnymi autorami wywiady już zrobiliśmy (z niektórymi parę razy). Regularnie corocznie robimy wywiady z pisarzami młodymi – laureatami naszej nagrody Paszport >Polityki<”. Kryteria wyboru rozmówcy były proste: „ważne, >gorące< nazwisko, i pretekst – najlepiej nowe dzieło. Albo okrągła rocznica urodzin, ważna nagroda itp.”¹²⁵

Tabela 8. Wywiady zamieszczane na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	26
2002	16
2003	17
2004	16
2005	22
Ogółem	97

Źródło: badania własne.

Wśród autorów, z którymi rozmawiano, znaleźli się m.in.: Boris Akunin, Paul Auster, John le Carré, Harlan Coben, Umberto Eco, Wiktor Jerofiejew (dwukrotnie), Ryszard Kapuściński, Krystyna Kofta, Tadeusz Konwicki (dwukrotnie), Ewa Lipska, Czesław Miłosz, Stanisław Lem, Wisława Szymborska, Adam Zagajewski. Wywiady przeprowadzano również z laureatami *Paszportów Polityki* w kategorii *Literatura*. O sobie i swej twórczości opowiedzieli: Paweł Huelle (dwukrotnie), Marzanna Bogumiła Kielar, Wojciech Kuczok, Dorota Masłowska, Jerzy Pilch oraz Sławomir Shuty.

Ten sposób prezentacji twórców czytelnicy mogli odnaleźć, podobnie jak recenzje, w rozmaitych działach pisma, m.in. w ramach *Afisa*, *Historii*, *Kultury*, *Nauki*, *Świata*, *Wydarzeń*. Kilkakrotnie stworzono specjalną rubrykę: *Rozmowa Polityki*. Wywiady miały różną objętość: poczynając od 2 kolumn, a kończąc na 4 stronach. Niemal zawsze zawierały w sobie te same elementy: obok krótkiej notki biograficznej pojawiało się zdjęcie rozmówcy, a na zakończenie nazwisko redaktora, przeprowadzającego wywiad.

Niekiedy była to wypowiedź twórcy w formie odpowiedzi na jedno tylko pytanie. Tę postać miniwywiadu wykorzystywano głównie w 2001 r.

¹²⁵ Informacje uzyskane dzięki korespondencji ze Zdzisławem Pietrasikiem.

Pojawiała się ona w ramach rubryki recenzyjnej¹²⁶. Wtedy zamieszczano również jako dodatkowy element odsyłacz do Czytelni On Line.

Wywiad z autorem drukowano czasami przy okazji recenzji¹²⁷ bądź reklamy jego książki. Z. Pietrasik przyznaje, że „zbieżność z recenzją była absolutnie zamierzona, ale z reklamą – nie”¹²⁸.

Stosunkowo rzadko pytano pisarzy o ich życie osobiste. Intymne, przejmujące wyznania stały się kanwą rozmowy z K. Koftą. Opowiedziała ona o swojej walce z chorobą nowotworową, o śmierci i nadziei.

Siedzimy tu teraz obie w jednym miejscu świata. Nie ma nas w miliardach innych miejsc. Nasza śmierć oznaczałaby tylko tyle, że nie będzie nas jeszcze w tym jednym.[...] Nigdy nie szukałam sensu życia. Wystarczy mi, że jem, chodzę, oddycham, kładę się spać i wstaję rano, piszę i kocham¹²⁹.

W kolejnym wywiadzie, którego bohaterem był Cz. Miłosz, pojawiło się wiele refleksji, wspomnień autora *Umysłu zniewolonego* dotyczących sztuki, literatury, przyjaźni, miłości, domu i życia. Poeta stwierdził w rozmowie z Katarzyną Janowską:

Uważam się zresztą za igraszkę losu, za kogoś, czyje życie bardzo mało od niego zależało. [...] Czasami bardzo bym chciał popłakać nad sobą, ale zawsze powstrzymywało mnie uczucie przyzwoitości i poczucie formy¹³⁰.

O swoim dzieciństwie i wczesnej młodości, a także pasjach, opowiedział W. Kuczok¹³¹.

W każdej z tych rozmów pojawiał się jednak w mniejszym lub większym stopniu wątek twórczości rozmówców. Wspomniany autor *Opowieści przebranych* wyznał:

Każde zdanie oglądam z nieufnością, staram się wykrzesać z niego jakieś iskry, choć czasem przydałoby się najprościej opisać przejście człowieka na drugą stronę ulicy¹³².

¹²⁶ Zob. np. A. Z. Marszałek, *Paweł Huelle w mercedesie*, „Polityka” 2001, nr 37, s. 56; [notowała Agnieszka Wójcik], *Napiszę, jak się napatrzę*, *ibidem*, nr 36, s. [54]; *Magia mediów*, *ibidem*, nr 48, s. 56.

¹²⁷ Zob. np.: „Polityka” 2005, nr 22, s. 70–71; E. E. Schmidt, *Oskar i Pani Róża*. Książka była nie tylko recenzowana, ale i reklamowana. Recenzja: *ibidem* 2004, nr 9, s. 71; reklama: *ibidem*, nr 46, s. 14/[15].

¹²⁸ Informacje uzyskane dzięki korespondencji ze Zdzisławem Pietrasikiem.

¹²⁹ *Trzymam się prosto*, rozm. B. Pietkiewicz, „Polityka” 2003, nr 8, s. 76.

¹³⁰ *Jestem igraszką losu*, rozm. K. Janowska, „Polityka” 2001, nr 26, s. [50], 51.

¹³¹ *Jestem bardzo pokrzywiony*, rozm. B. Pietkiewicz, „Polityka” 2004, nr 3, s. 58–59.

¹³² *Ibidem*.

O własnych doświadczeniach, opisanych następnie w książce, opowiedzieli czytelnikom tygodnika m.in. T. Piątek, autor *Heroiny*¹³³, i S. Shuty, autor powieści *Zwał*¹³⁴.

Twórczość danego autora była najczęstszym przewodnim tematem rozmów. Pisarzy pytano nie tylko o ich książki, ale także o to, co chcą poprzez swoje utwory przekazać, jak sami postrzegają swoje pisarstwo, jaką funkcję mu przypisują. I tak na przykład P. Huelle stwierdził m.in., że

Najważniejsza jest chęć opowiedzenia historii, którą uważa się za ważną. Za tekstem powinno stać przeżycie i prawda egzystencjalna. Nie da się inaczej tworzyć. Pisanie na siłę, bez wewnętrznego przekonania, choćby po to tylko, żeby nie zapomnieć o tobie kapryśny duch rynku, kończy się źle¹³⁵.

Nierzadko bohater wywiadu opowiadał o swoim warsztacie pisarskim, odczuciach i emocjach, towarzyszących procesowi twórczemu. Czytelnicy dowiedzieli się na przykład, jak pracuje P. Auster:

Nigdy nie piszę w gorączce. Nie mam twórczych szałów. Jestem powolny, ostrożny, nieufny. [...] Zawsze piszę ręcznie. Najpierw próbuję ołówkiem. Bo można wycierać. Kiedy czuję się pewniej, sięgam po długopis. Dopiero kiedy mam gotowy kompletny akapit, piszę go na maszynie. Potem zaczynam na kartkach budować kolejny akapit. Kiedy się już nadaje, znów siadam do maszyny...¹³⁶.

Z kolei D. Masłowska wyznała:

Gdy pisałam książkę, czułam osobny świat, takie niesamowite wciągnięcie, takie podporządkowanie. Rzeczywistość przestaje wtedy męczyć, idzie się przez nią z nastawieniem, że zaraz coś się znajdzie, coś się stanie i można będzie to dołączyć do tego osobnego świata¹³⁷.

Natomiast E. Lipska opowiadając o swoich wierszach zaznaczyła:

granice mam instynktownie zapisaną w sobie. Żaden „przemyt” wydarzeń osobistych. To wcale nie znaczy, że nie korzystam ze swoich biograficznych przeżyć czy faktów, ale rzadko opisuję je wprost. Czasami zaszyfrowuję swoją rzeczywistość, przemalowuję obrazy, zniekształcam formy – ale właśnie na tym polega pewnie poetycka zabawa¹³⁸,

zaś A. Nothomb dzieląc się z czytelnikami „Polityki” swoimi przemyśleniami, stwierdziła:

¹³³ *Heros na heroinie*, rozm. B. Pietkiewicz „Polityka” 2002, nr 22, s. 90–91.

¹³⁴ *Zwiędły biust konsumpcji*, rozm. M. Czubaj, „Polityka” 2005, nr 4, s. 68–69.

¹³⁵ *Bo są góry*, rozm. J. Wróblewski, „Polityka” 2002, nr 3, s. 48.

¹³⁶ *Piszę na papierze w kratkę*, rozm. J. Żakowski, „Polityka” 2004, nr 19, s. 60.

¹³⁷ *Wszystko rzuca cień*, rozm. B. Pietkiewicz, „Polityka” 2003, nr 4, s. 52.

¹³⁸ *Minęła piąta po południu*, rozm. K. Janowska, „Polityka” 2003, nr 25, s. 66.

Myśle, że tu należy szukać tajemnicy mojego sukcesu – jestem znikąd i nigdzie nie należę. Każdy się może we mnie rozpoznać. [...] Piszę, posługując się dwiema istniejącymi we mnie skłonnościami – romantyczną i destrukcyjną¹³⁹.

Nierzadko padały pytania dotyczące kondycji współczesnej literatury. T. Konwicky stwierdził m.in.

takiej wiary w literaturę, jaką miało moje pokolenie i wcześniejsze, dziś już nie ma. [...] Dziś wysoko został awansowany rynek najniższy, literatura obyczajowo-rodzajowo-romansowa, która cieszy się i będzie się cieszyć powodzeniem u niezbyt wymagającego czytelnika¹⁴⁰.

Z kolei U. Eco ostrzegał:

Ostatnio pojawiło się prawdziwe niebezpieczeństwo: Internet może zagrozić pojęciu skończonego dzieła i jego autora. [...] Tekst-archetyp przestaje istnieć, znika też fundamentalne poczucie bliskości, jakie staje się naszym udziałem w kontakcie z książką¹⁴¹.

I w tym przypadku warto zwrócić uwagę na tytuły tej formy prezentacji literatury. Oto kilka wybranych przykładów¹⁴²: *Bo są góry, Diagnoza ze skarpetek, Duszą, mózgiem, ręką, Heros na heroinie, Jestem igraszką losu, Piękna teoria wszystkiego, Trzy paszporty mojego syna, Wszystko rzuca cień, Zbrodnia rozrywkowa*.

Podsumowując, wywiady z pisarzami lub innymi przedstawicielami świata literackiego były z reguły obszerne, poruszano w nich tematy ważne i interesujące. Były rzetelnie przygotowywane, solidnie dopracowane; dzięki nim czytelnicy mieli możliwość poznać twórczość wybranego rozmówcy, a także, nierzadko, koleje jego zawodowego życia. Dziennikarz, prowadzący rozmowę, nie ograniczał się do zadawania suchych pytań, nierzadko komentował na bieżąco odpowiedź pisarza, wypowiadając własne sądy i opinie na temat omawianych spraw.

2.2.3.3. *Warto czytać*¹⁴³: reklamy książek

Dużo miejsca na łamach pisma zajmowała reklama. Biorąc pod uwagę temat pracy, można wyróżnić trzy zasadnicze kategorie, będące przedmiotem anonsów, związanych z interesującą nas problematyką:

¹³⁹ *Wirus sukcesu*, rozm. J. Orzechowska, „Polityka” 2002, nr 30, s. 51.

¹⁴⁰ *Kawka i papierosik*, rozm. K. Janowska, „Polityka” 2005, nr 16, s. [73]

¹⁴¹ *Ginekolodzy też się zakochują*, rozm. J. Orzechowska, „Polityka” 2004, nr 2, s. 59.

¹⁴² Kolejno: „Polityka” 2002, nr 3, s. 47–48; 2004, nr 44, s. 74, 76; 2001, nr 42, s. 17; 2002, nr 22, s. 90–91; 2001, nr 26, s. 48–51; 2002, nr 18, s. 76–68; 2003, nr 41, s. 58–60; nr 4, s. 52–53; 2002, nr 50, s. 66–[67].

¹⁴³ Hasło reklamowe w jednym z anonsów. Zob. „Polityka” 2005, nr 47, s. 102.

- 1) książki (w tym encyklopedie, leksykony, słowniki, podręczniki, poradniki, przewodniki, albumy, atlasy i zeszyty z ćwiczeniami),
- 2) akcje tygodnika związane z książką (konkursy, targi, spotkania)¹⁴⁴,
- 3) prasa, w tym autoreklama¹⁴⁵.

Tego typu reklam pojawiło się w piśmie ogółem 2021.

Ciekawą, choć wcale nie największą grupę, stanowią inseraty książkowe. W sumie znalazło się tu ich 696, w tym m.in. 91 dotyczyło encyklopedii, 50 odnosiło się do słowników, 22 reklamowało podręczniki¹⁴⁶. W tabeli 9 zaprezentowano liczbę tego typu reklam w poszczególnych latach.

Tabela 9. Ogłoszenia wydawców książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Rok	Liczba reklam
2001	268
2002	144
2003	64
2004	138
2005	82
Ogółem	696

Źródło: badania własne.

Trudno mówić o stałej tendencji w liczbie zamieszczanych każdego roku ogłoszeń. Największa była ona w pierwszym badanym roczniku, najniższa dwa lata później, w roku następnym ponownie wzrosła, by w ostatnich analizowanych 12 miesiącach powtórnie ulec wyraźnemu zmniejszeniu. Inseraty drukowane były w różnych miejscach pisma, nie zawsze jednak ich lokalizacja była wybrana trafnie. Nawet biorąc pod uwagę wcześniejsze planowane rozmieszczenie materiałów redakcyjnych, Biuro Reklamy powinno jednak starać się, by unikać gaf w postaci np. niefortunny umieszczonej reklamy *Wielkiej encyklopedii PWN*. Anons pojawił się tuż pod działem: *Fusy, plusy i minusy*; dodatkowo, jak na ironię, reklama opatrzona była hasłem: *Inwestuj w rzeczy wielkie*¹⁴⁷. Na szczęście, takich wpadek było niewiele.

¹⁴⁴ Akcje pisma ze względu na swą dwojaką postać (reklamę i komentarz tekstowy) zostaną omówione w dalszej części rozdziału.

¹⁴⁵ Zagadnienie dotyczące informacji o prasie na łamach prezentowanego pisma zostanie dokładniej przedstawione w ostatniej części rozdziału.

¹⁴⁶ Do podanej liczby inseratów nie wliczono ogłoszeń reklamujących wydawnictwa multimedialne (było ich w sumie 28, w tym 22 inseraty dotyczące podręczników oraz 6 anonsów promujących słowniki).

¹⁴⁷ „Polityka” 2005, nr 45, s. [109].

Najczęściej reklamowano tytuły, nad którymi w „Polityce” obejmowano patronat medialny. Stosunkowo dużo było inseratów dotyczących książek, wydanych przez tygodnik (samodzielnie lub wspólnie z innym wydawnictwem). Ponadto dość często, podobnie jak w przypadku recenzji, zdarzały się reklamy książek, których autorami byli współpracownicy pisma.

Kwestią anonsów wydawniczych zajmowało się Biuro Reklamy. Starania w tym kierunku podejmowane były zarówno ze strony tygodnika, jak i samych wydawców. Mogli oni decydować o formie anonsu poprzez zaproponowanie własnego projektu lub też ograniczali się do akceptacji oferty biura w tym zakresie.

W badanym okresie w taki sposób do czytelnika dotarła informacja o 541 tytułach książek. W reklamach pojawiło się 253 różnych autorów¹⁴⁸ (Aneks 5. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005), w tym 143 autorów polskich i 110 obcych. Czasem zdarzało się, że reklamowano książkę wcześniej zrecenzowaną na łamach pisma bądź odwrotnie: najpierw pojawiała się reklama, a później recenzowano dany tytuł. Tak było na przykład w przypadku książki Mariusza Maślanki: *Bidul*¹⁴⁹, Amosa Oza: *Czarownik swojego plemienia*¹⁵⁰, Jerzego Sosnowskiego: *Prąd zatokowy*¹⁵¹ czy T. Piątka: *Bagno*¹⁵².

Ogłoszenia wydawnicze w większości przypadków nie posiadały jednak zasadniczej cechy, decydującej o ich powodzeniu: zazwyczaj ich powtarzalność ograniczała się do dwukrotnego¹⁵³, bardzo rzadko trzykrotnego¹⁵⁴ pojawienia się danego tytułu. Wyjątkiem było Wydawnictwo Kurpisz SA oraz Wydawnictwo Naukowe PWN, które znacznie częściej zamieszczały reklamę tego samego tytułu.

Następnym wyjątkiem były książki wydane przez „Politykę” wspólnie z innym wydawnictwem bądź autorstwa współpracowników pisma. Jak wykazała jednak analiza anonsów, znaczna część edytorów niemal w każdym numerze zamieszczała swój inserat, zmieniała jego zawartość, za każdym razem proponując inny (bądź inne) tytuł (tytuły), choć forma

¹⁴⁸ W tej liczbie brak jest tych przypadków, kiedy autor był trudny do ustalenia, bądź reklamodawca go nie podawał, albo też książka wydana była przez zespół autorów. Na przykład dotyczyło to encyklopedii, słowników czy leksykonów.

¹⁴⁹ „Polityka” 2004, nr 10, s. 21: reklama książki, recenzja: *ibidem*, s. 55.

¹⁵⁰ „Polityka” 2004, nr 44, s. 106: reklama książki, jej recenzja: *ibidem*, nr 42, s. 59 (książka została zaprezentowana przez samego autora, który opowiedział o niej w ramach rubryki: *Co ja tu robię?*).

¹⁵¹ „Polityka” 2003, nr 38, s. 106: reklama książki, jej recenzja pojawiła się w tym samym numerze, na s. 70.

¹⁵² „Polityka” 2004, nr 8, s. 83: reklama książki, jej recenzja: zob. *ibidem*, nr 6, s. 57.

¹⁵³ Tak stało się w przypadku 72 tytułów.

¹⁵⁴ Tak zdarzyło się w przypadku 20 tytułów.

ogłoszenia pozostawała ta sama. W ten sposób wydawcy reklamowali niejako samo swoje istnienie, nie zaś konkretne tytuły z własnej oferty, tworząc raczej tylko jej ogólny przegląd. Wykorzystując tę samą formę anonsu, ale niemal za każdym razem proponując inne tytuły, informowało o swym istnieniu i ofercie, na przykład Wydawnictwo W.A.B. i Wiedza Powszechna. Jednak zdarzało się, że propozycje powtarzały się, co obrazuje tabela 10.

Tabela 10. Najczęściej powtarzające się tytuły w reklamach wydawniczych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Tytuł reklamowanej pozycji	Wydawca	Liczba anonsów
<i>Britannica – edycja polska</i> (pod red. W. Wolarskiego)	Wydawnictwo Kurpisz SA	22
<i>Wielka encyklopedia geografii świata</i> (pod red. R. Przebitkowskiego)	Wydawnictwo Kurpisz SA	22
<i>Wielka historia powszechna</i> (pod red. J. Dąbrowskiego)	Wydawnictwo Kurpisz SA	20
<i>Za stołem</i> (P. Adamczewski)	Wydawnictwo Sens, „Polityka” Spółdzielnia Pracy	19
<i>Nalewka na czereśniach</i> (L. Stomma)	Wydawnictwo Sens, „Polityka” Spółdzielnia Pracy	14
<i>Suche oczy</i> (R. M. Groński)	Wydawnictwo Sens „Polityka” Spółdzielnia Pracy	13
<i>Wielka encyklopedia powszechna PWN</i>	Wydawnictwo Naukowe PWN	11
<i>Irytacje</i> (A. Szczypiorski)	AWR „Polityka”, Wydawnictwo Sens	9
<i>Atlas Europa: 2002–2003</i>	dounpol – Pilot	7
<i>Świat i Polska 2004</i>	AWR „Polityka”, The Economist	7
<i>Encyklopedia zdrowia Gazety Wyborczej</i>	Agora SA	4
<i>Kanon królewski</i> (Z. Kałużyński)	[Latarnik; „Polityka” Spółdzielnia Pracy]	4

Źródło: badania własne.

Widać, że najczęściej proponowane tytuły to oferta wspomnianego wydawnictwa encyklopedycznego i książki autorów tygodnika. Tutaj także forma pozostawała bez zmian, łącznie jednak z tytułem, o którym wydawca wytrwale informował ok. 20 razy.

Inni wydawcy nie byli już tak konsekwentni, przynajmniej w odniesieniu do jednego tytułu. Nieco inaczej bowiem przedstawiała się sytuacja w przypadku jednego autora i kilku jego dzieł. Ale i wtedy trudno jest mówić o systematycznej, wielokrotnej informacji. W ciągu analizowanych 5 lat w grupie pisarzy, których nazwisko zostało wspomniane przynajmniej czterokrotnie, i to przy okazji więcej niż jednej książki, znalazło się zaledwie ośmiu autorów (tabela 11).

Tabela 11. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Nazwisko autora	Liczba inseratów	Liczba tytułów	Tytuły reklamowanych książek
Zygmunt Kałużyński	7	2	<i>Do czytania pod prysznicem</i> <i>Kanon królewski</i>
Isaiah Berlin	4	2	<i>Pokrzywione drzewo człowieczeństwa</i> <i>Rosyjscy myśliciele</i>
John M. Coetzee	4	4	<i>Czekając na barbarzyńców</i> <i>Hańba</i> <i>W sercu kraju</i> <i>Wiek żelaza</i>
Norman Davies	4	4	<i>Boże igrzysko. Historia Polski</i> <i>Europa. Historia</i> <i>Powstanie '44</i> <i>Smok wawelski nad Tamizą</i>
Robert Makłowicz	4	4	<i>CK Kuchnia</i> <i>Czy wierzyć platynowym blondynkom? Rzecz o restauracjach i nie tylko</i> <i>Kalendarz znaleziony w brytfannie 2005</i> <i>Zjeść Kraków. Przewodnik subiektywny</i>
Krzysztof Mroziwicz	4	4	<i>Čakra, czyli kołowa historia Indii</i> <i>Dziennikarz w globalnej wiosce</i> <i>Moc, niemoc i przemoc</i> <i>Ucieczka do Indii</i>
Agnieszka Osiecka	4	2	<i>Galeria Potworów</i> <i>W tańcu</i>
Jan Twardowski	4	5+	<i>Niecodziennik cały</i> <i>Przezroczystość. Wybór wierszy</i> <i>Śmierć na śmierć nie umiera. Myśli wybrane</i> <i>Niebieskie okulary</i> <i>Znaki ufności</i>

Źródło: badania własne.

Korzystnym skutkiem braku powtarzalności reklam tych samych tytułów i niewielkiej liczby powtarzanych reklamowanych autorów była bez wątpienia duża różnorodność książek proponowanych w ten sposób czytelnikowi. Miał on możliwość poznać ofertę 57 edytorów, bo tylu zdecydowało się użyć tej formy promocji. Jest to liczba znacznie niższa od danych dotyczących liczby oficyn, z których korzystali recenzenci „Polityki”. W tabeli 12 zaprezentowano wydawców, którzy najczęściej reklamowali swą ofertę na łamach pisma (pełen wykaz: zob. Aneks 6. Wydawcy, którzy zamieścili swe anonse na łamach „Polityki” w latach 2001–2005).

Tabela 12. Wydawcy najczęściej zamieszczający inseraty na łamach „Polityki” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba anonsów
Dom Wydawniczy Bellona	184
Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	82
Wydawnictwo Kurpisz SA	73
„Polityka” Spółdzielnia Pracy i „The Economist”	67 ^a
WSiP	44
Wydawnictwo W.A.B.	35
Wiedza Powszechna	33
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	31
Wydawnictwo Naukowe PWN	24
Wydawnictwo Wiedza Powszechna	
Wydawnictwo Wiedza i Życie	12

^a W tym trzykrotnie jako samodzielne wydawnictwo, 11 wspólnie z „The Economist” i 53 razy we współpracy z Wydawnictwem Sens.

Źródło: badania własne.

Porównując tabelę 12 z analogiczną, odnoszącą się do wydawców najczęściej recenzowanych książek, zauważyć można, że w niewielkim stopniu oficyny te powtarzają się. Dom Wydawniczy Bellona, który reklamował 184 tytuły, w tabeli 7 w ogóle się nie pojawia; podobnie jest w przypadku 7 innych wydawnictw. Wynika to m.in. z charakteru ich oferty. Na przykład Wydawnictwo Kurpisz SA czy Wydawnictwo Naukowe PWN specjalizuje się w edycji encyklopedii i słowników, nie recenzowanych na łamach pisma, natomiast WSiP proponuje podręczniki, także nie stanowiące przedmiotu recenzji. Powtarzającymi się edytorami byli: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Wydawnictwo W.A.B. oraz Prószyński i S-ka. Znamienne było również zjawisko, że z łamów „Polityki” nie korzystali wydawcy literatury

masowej, na przykład nie znajdziemy tu reklam proponujących kupno romansów, a w liczbie najczęstszych reklamodawców występowały oficyny, zajmujące się opracowaniem źródeł informacji typu encyklopedie czy podręczniki. Potwierdza to tezę, że charakter tygodnika i jego adresat determinował nie tylko jego zawartość merytoryczną, ale również rodzaj proponowanej literatury, także tej w formie reklam¹⁵⁵. Jednocześnie pojawiały się tu również anonse mało znanych oficyn, jak na przykład Bonowo, ISA, Nadir, Wydawnictwo STO, Wydawnictwo SWPS Academica.

Warto jednak zaznaczyć, że Dom Wydawniczy Bellona zamieścił reklamę swej oferty czterokrotnie w formie niezwykle rozbudowanej. W dwóch przypadkach była to czterostronicowa wkładka do tygodnika, zszyta z nim, a zawierająca raz 73 tytuły¹⁵⁶, a raz 64¹⁵⁷. Natomiast w dwóch pozostałych sytuacjach były to całostronicowe reklamy tego wydawnictwa, proponujące raz 21 tytułów¹⁵⁸, a raz 20¹⁵⁹. Były to ogłoszenia okazjonalne, trzy z nich pojawiły się przed Świątami Bożego Narodzenia, a jedno z okazji Wielkanocy. Wtedy też Wydawnictwo świętowało jubileusz 55-lecia swego istnienia, co zaowocowało niezwykle interesującą formą inseratu. Podobną formę anonsu (czterostronicową wkładkę) zastosował Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, który w numerze 46 (2001) zamieścił w ten sposób informację o 51 tytułach¹⁶⁰. Także w tym przypadku był to pomysł związany ze zbliżającymi się Świątami. Nie zabrakło zresztą w ogłoszeniu świadczących o tym elementów. Obydwa przypadki obrazują zdjęcia 6 i 7 (s. 95).

W obydwu ogłoszeniach zamieszczono kopie okładek proponowanych książek. Jednocześnie w anonsie pierwszym (zdjęcie 6) warto zwrócić uwagę na informacje, związane z jubileuszem oficyny (na przykład „Struktura tematyczna tytułów 2001” czy „Łączne przychody Bellony w latach 1992–2001”). Z kolei reklama drugiego wydawcy (zdjęcie 7) jest bardziej czytelna, dzięki mniejszej liczbie elementów. Jednak trzy lata później, w 2004 r., oficyna ta, ponownie zamieszczając swoją ofertę, zaproponowała już ponad dwukrotnie więcej książek (24 tytuły)¹⁶¹.

Zazwyczaj jednak ta postać obecności książki na łamach „Polityki” prezentowała się znacznie skromniej. Analiza inseratów pozwoliła wyróżnić dwa ich typy.

¹⁵⁵ Tezę tę potwierdza również Z. Pietrasik: „zasada generalna jest taka, że możemy reklamować >towar< wysokiej marki, odpowiadający gustom i poziomowi naszego odbiorcy”.

¹⁵⁶ „Polityka” 2001, nr 49, pomiędzy s. 42/43 i 66/67.

¹⁵⁷ „Polityka” 2002, nr 46, pomiędzy s. 46/47 i 62/63.

¹⁵⁸ „Polityka” 2002, nr 13, s. [65].

¹⁵⁹ „Polityka” 2003, nr 47, s. [73].

¹⁶⁰ „Polityka” 2001, nr 46, pomiędzy s. 46/47 i 70/71.

¹⁶¹ „Polityka” 2004, nr 46, pomiędzy s. 14/15 oraz 110/111.

Zdjęcie 6. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2002, nr 13, s. [65]

Zdjęcie 7. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2001, nr 46

Pierwszy, skromniejszy, ograniczał się do podania autora, tytułu reklamowanej książki wraz z nazwą wydawcy i formą kontaktu z nim (nierzadko był to jedynie adres strony internetowej danej oficyny). Niekiedy dodatkowym elementem była kopia okładki reklamowanej książki. Nie zapomniano jednak o zaznaczeniu patronów medialnych czuwających nad wydaną książką.

Drugi typ reklamy zawierał dodatkowe informacje w postaci krótkiej adnotacji treściowej, dotyczącej polecanej książki i jej cenę. Poniżej zamieszczono wybrane przykłady tego typu anonsów (zdjęcia 8 i 9).



Zdjęcie 8. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2005, nr 45, s. 100



Zdjęcie 9. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2001, nr 11, s. 78

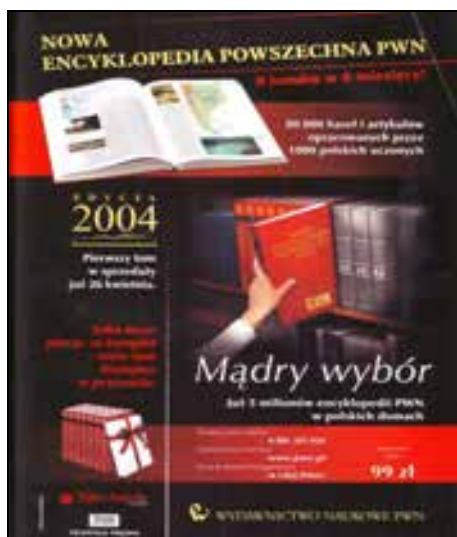
Czasem w inseracie pojawiała się opinia znanej osoby na temat prezentowanego tytułu¹⁶² i dodatkowo promujące go hasła reklamowe.

Częściej można było spotkać pierwszy typ ogłoszenia, chociaż wymienione elementy nierzadko mieszały się ze sobą. Reklamy bywały najczęściej kolorowe, przyjmowały postać raczej niedużych modułów, choć zdarzały się również wspomniane już ogłoszenia całostronicowe. Było ich jednak niewiele. Poza Domem Wydawniczym Bellona takie reklamy zamieszczało na przykład Wydawnictwo Naukowe PWN. Warto na chwilę zatrzymać się przy nim, jako że w tym przypadku inseraty były niezwykle starannie przygotowane, interesujące i bogate w elementy przykuwające wzrok (hasła) – zdjęcia 10 i 11.

¹⁶² „Polityka” 2004, nr 17, s. 94.



Zdjęcie 10. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2001, nr 12, s. [107]



Zdjęcie 11. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2004, nr 18, s. [67]

Anonse reklamujące *Wielką encyklopedię powszechną PWN* różniły się zdjęciem jednego z jej autorów i hasłem reklamowym, na przykład obok zdjęcia Jerzego Szackiego pojawiły się takie oto słowa: „Życie społeczeństwa nie jest takim chaosem, jak się wydaje. Tyle wiem z socjologii...”¹⁶³. Ogłoszenia tej oficyny zajmowały przeważnie całą stronę, chociaż zdarzały się też inseraty mniejsze objętościowo, zawierające w konsekwencji znacznie mniej elementów¹⁶⁴.

Jak już wspomniano, w tygodniku przeważały reklamy niewielkie objętościowo. Wynikało to naturalnie w pierwszym rzędzie z możliwości i chęci wydawcy, objętość inseratu bowiem zależna była od ceny. Prawdopodobnie z tego powodu niektórzy edytorzy ograniczali się do krótkiej, acz treściwej informacji o wybranych tytułach, przy okazji starając się maksymalnie wykorzystać zakupione miejsce, informując czytelnika o swej ofercie. Tak było m.in. w przypadku Wydawnictwa Wiedza i Życie (zdjęcia 12 i 13).

¹⁶³ „Polityka” 2001, nr 38, s. [91].

¹⁶⁴ Zob. np. „Polityka” 2001, nr 43, s. 93.



Zdjęcie 12. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2001, nr 5, s. 53

NAJLEPSZE SERIE ENCYKLOPEDYCZNE

LINIA BEZPŁATNA 0 800 161 038

Zamawiam subskrypcję: (zmarczając) Cena tomu/vol.*

Britannica – edycja polska
45 t., w sprężysty 1-21 99,00 zł

Wielka encyklopedia geografii świata
(33 t.) 71,00 zł

Wielka historia powszechna
(28 vol.) – reprint 51,00 zł

Wydawnictwo KURPISZ S.A.
61-541 Poznań, ul. Przemysłowa 46 • tel./fax 0-61 833 15 17
fax 0-61 835 12 94 • www.kurpisz.pl • e-mail: kurpisz@kurpisz.pl

Zgadzam się na wykorzystanie i przetwarzanie moich danych osobowych w celach marketingowych oraz umieszczenie ich w adresowej bazie danych Wydawnictwa KURPISZ S.A. z siedzibą w Poznaniu przy ul. Przemysłowej 46.

imię, nazwisko _____
ulica _____
kod, miejscowość _____
telefon _____ podpis _____

Oświadczam, że prowadzę działalność gospodarczą TAK NIE
Wyraź zgodę na wystawienie faktur VAT bez mojego podpisu.

tytuł _____ podpis osoby reprezentującej _____
Zamawiamy przesyłać przez odprawę od odbiorcy w okresie 10 dni od momentu odbioru towaru. Prosimy o skontaktowanie z oddziałem od odbiorcy towaru przed otrzymaniem towaru. Prosimy o kontakt z Kurpisz S.A. w celu zgłoszenia reklamacji.

* Cena brutto brutto. Cena netto netto. Cena brutto brutto. Cena netto netto.

Zdjęcie 13. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2001, nr 20, s. 67

W pierwszym przypadku mamy do czynienia z reklamą, w której znajdują się wszystkie podstawowe elementy: wybrane z oferty wydawniczej trzy tytuły, przy okazji wspomniane także pozycje wcześniej wydane, a wszystkie wchodzące w skład omówionej obok serii. Podany jest kontakt z wydawcą zarówno telefoniczny, jak i e-mailowy. Przy ogłoszeniu drugim (zdjęcie 13) zwraca uwagę oryginalny pomysł pokazania grzbietów reklamowanych encyklopedii, oplatających kulę ziemską. Dodatkowym elementem jest również cena i gotowy kupon na subskrypcję proponowanych tytułów.

Obok inseratów książkowych pojawiła się raz reklama innego edytora, z założenia promująca samo wydawnictwo, a nie konkretne tytuły z jego oferty, choć i one znalazły się w ogłoszeniu¹⁶⁵. Uwagę czytelnika przyciągało w tym przypadku hasło reklamowe, ale jeśli ktoś chciałby przeczytać tytuły widoczne na ogłoszeniu, musiałby użyć do tego celu lupy. Nazwa wydawcy, w postaci jego exlibrisu, także nie oszałamiała wielkością. Nieco lepiej prezentowała się inna forma anonsu tego wydawcy. W tym przypadku podstawowym elementem był opis proponowanej serii podręczników; wzmocniony opinią jednego z nauczycieli, korzystających z proponowanych podręczników – zdjęcia 14 i 15.



Zdjęcie 14. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2002, nr 35, s. [59]



Zdjęcie 15. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki” „Polityka” 2003, nr 24, s. [45]

Przedmiotem reklamy bywały również konkursy i rozmaitego rodzaju akcje, organizowane przez tygodnik oraz instytucje związane z książką. Stanowią one dodatkową formę obecności książki na jej łamach, będąc jednocześnie przykładem zaangażowania „Polityki” w sprawę kultury i literatury. Przyjmowały one dwojaką postać: anonsu i informacji tekstowej, dlatego zostaną omówione w oddzielnym, zamieszczonym poniżej podrozdziale.

¹⁶⁵ „Polityka” 2003, nr 24, s. [45] (WSiP).

2.2.3.4. Łańcuch książkowo-pokarmowy¹⁶⁶: inne formy informacji o książce

Tego typu informacji pojawiło się w badanym okresie 1084. Jak już częściowo wspomniano w tabeli 2, złożyły się nań:

- sylwetki/portrety (113),
- artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego (296),
- ekranizacje, adaptacje i inscenizacje znanych powieści (121),
- listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką (58),
- konkursy i akcje, organizowane przez „Politykę” (49),
- inne¹⁶⁷ (447).

Miały one różną objętość, poczynając od jednozdaniowych wzmianek poprzez kilkuzdaniowe informacje i komentarze, jednostronicowe artykuły, a kończąc na tekstach dłuższych, którym poświęcano więcej niż jedną stronę. Znajdowały się one, w zależności od tematu, w różnych działach i rubrykach, choć najczęściej czytelnik mógł je odnaleźć w ramach *Kultury* bądź *Afisza*.

Ze względu na ograniczone możliwości objętościowe pracy, niemożliwe jest pełne omówienie wszystkich tego typu informacji; bardziej szczegółowa ich prezentacja znalazła się w innych tekstach autorki¹⁶⁸, poświęconych tygodnikowi. Tutaj zaprezentowane zostaną najciekawsze, a jednocześnie najbardziej reprezentatywne przykłady.

2.2.3.4.1. Dojść do stosu, nie dalej¹⁶⁹: sylwetki/portrety

Portrety twórców i wspomnienia z nimi związane pojawiły się na łamach tygodnika 113 razy. W ten sposób przybliżono sylwetki 94 prozaików, poetów oraz osób związanych ze środowiskiem dziennikarskim (głównie z tygodnikiem „Polityka”).

¹⁶⁶ Tytuł artykułu, poświęconego rynkowi wydawniczo-księgarskiemu. Zob. „Polityka” 2004, nr 21, s. 70–[73].

¹⁶⁷ W tej kategorii uwzględniono wszelkiego rodzaju informacje, zazwyczaj w postaci krótkich notek, donoszących np. o nagrodach, otrzymanych przez ludzi związanych z książką, nadaniu imienia twórcy szkole, instytucji itd., jak również informujące o ich jubileuszach, także śmierci.

¹⁶⁸ Zob. np. M. Przybysz-Stawska, *Literatura w prasie polskiej na przykładzie tygodnika „Polityka”*, [w:] *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?*, red. naukowa K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, Seria: Akademickie Warsztaty Dziennikarskie, Wydawnictwo POLTEXT, Warszawa 2011, s. [44]–57.

¹⁶⁹ Felieton o Ilii Erenburgu. Zob. „Polityka” 2002, nr 17, s. 95.

Tę formę obecności książki na łamach pisma zamieszczano nierzadko w związku z jubileuszem obchodzonym przez danego twórcę, nagrodą przezeń otrzymaną, jego odejściem (jak na przykład w przypadku Cz. Miłosza czy R. Ludluma) bądź rocznicą śmierci. Niekiedy (jak choćby w przypadku T. Pratchetta) pretekstem do napisania o znanym pisarzu była jego wizyta w Polsce.

Nie zawsze były to szczegółowe charakterystyki prezentowanej postaci, ale za każdym razem w pewnym stopniu ją przybliżały, na przykład poprzez analizę jej twórczości. Niekiedy drukowano je w ramach specjalnie stworzonych działów (*Ludzie, Pożegnanie, Wspomnienie*), sporadycznie w działach *Kraj* lub *Ludzie i Wydarzenia, Świat*. Częściej jednak odnaleźć je można było na stronach poświęconych kulturze. O znanych mistrzach pióra pisali czasem felietoniści „Polityki”, na przykład Jerzy Pilch, Jan Z. Słowjowski czy Ludwik Stomma.

W ten sposób zaprezentowano m.in. sylwetkę Tadeusza Boya-Żeleńskiego, Karola Dickensa, Ilji Erenburga, Witolda Gombrowicza (dwukrotnie), Bohumila Hrabala, Tove Jansson, Ryszarda Kapuścińskiego, Władysława Kopalińskiego, Stanisława Mackiewicza, Czesława Miłosza (siedmiokrotnie), Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Orhana Pamuka, George Sand (dwukrotnie), Sławomira Shuty, Wirginii Woolf, Andrzeja Zagajewskiego (dwukrotnie). (Pełen wykaz wszystkich twórców, których sylwetki omówiono na łamach pisma, zob. Aneks 7. Sylwetki twórców przedstawionych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005).

Kilkakrotnie coroczna Nagroda Nobla w dziedzinie literatury stawała się pretekstem, by polskim czytelnikom zaprezentować postać jej laureata. Tak było na przykład w roku 2001, kiedy został nim Vidiadhar S. Naipaul, pisarz w Polsce mało znany, choć jego książki wydawano u nas już w latach 70.¹⁷⁰ Podobnie było, kiedy tę prestiżową nagrodę odebrał Imre Kertész za *Los utracony*, choć w tym przypadku niemal dwustronicowy tekst mniej był portretem samego pisarza, co raczej opisywał ten fragment historii Węgier, który stał się motywem przewodnim nagrodzonej książki¹⁷¹. Mariusz Czubaj pisał o Johnie M. Coetzee – nobliście z roku 2003¹⁷², a bohaterką felietonu Jerzego Pilcha stała się Elfriede Jelinek (laureatka Nagrody Nobla

¹⁷⁰ A. Szostkiewicz, *Utracona przeszłość*, „Polityka” 2001, nr 43, s. 48–49. Warto też zwrócić uwagę na krótki tekst, zamieszczony w rubryce *Niskie loty*, w tym samym numerze pisma, w którym zamieszczono niemal dwustronicowy artykuł poświęcony V. S. Naipaulowi, zob. Z. Pietrasik, *Plama*, s. 46. Zob. też: (jaw), *Conrad z Trynidadu*, *ibidem*, nr 42, s. 48.

¹⁷¹ T. Olszański, *Rachunek za Nobla*, „Polityka” 2003, nr 5, s. 63–64. Pomimo, że I. Kertész otrzymał nagrodę w 2002 r., tekst na łamach „Polityki” pojawił się na początku 2003 r.

¹⁷² M. Czubaj, *Afrykański chłód*, „Polityka” 2003, nr 41, s. 106–[107]. Tekst był prezentacją twórczości J. M. Coetzee.

z 2004 r.)¹⁷³. Informowano także o laureatach rodzimych wyróżnień, na przykład corocznej Nagrody Nike¹⁷⁴ czy *Paszportów Polityki*.

Niekiedy czytelnik miał możliwość poznać bliżej sylwetkę twórcy niekoniecznie prezentowaną w formie laurki. Na przykład znana pisarka, Susan Sontag, stała się przedmiotem polemiki pomiędzy Jerzym Pilchem (który nie szczędził jej uwag krytycznych) i Markiem Królem (pełniącym w tej sytuacji rolę obrońcy autorki *Miłośnika wulkanów*)¹⁷⁵, a wspomniany już Gabriela G. Márquez został, wspólnie ze swoim przyjacielem Fidelem Castro, bohaterem, a raczej antybohaterem artykułu *Komunizm magiczny*¹⁷⁶. Zazwyczaj jednak postacie twórców kreślono z dużą dozą sympatii, jak choćby w przypadku portretu T. Różewicza¹⁷⁷. Dwustronicowy tekst poświęcony poecie zakończono fragmentem wiersza, który według jego brata, Stanisława, stanowi klucz do autora *Czasu który idzie* („Tam jest wszystko, co myśli o rodzinie, domu, miłości, o tym wszystkim, czego dziś ze świata ubywa”)¹⁷⁸:

...w świetle lamp kopących / człowiek był zadowolony / mocniej w radości / głębiej w trosce / cienie rozchwiane / odchodziły wracały rosły / słowa były cieplejsze / nieśmiałe / dom kołysał się / odpływał z trumną i kołyską¹⁷⁹.

Podobny w swej wymowie był portret Ryszarda Kapuścińskiego¹⁸⁰ czy wspomnienie o Tove Jansson, autorce opowieści o Muminkach¹⁸¹.

Większość tekstów wzbogacały zdjęcia prezentowanych osób, czasem krótka notka biograficzna. Uwagę zwracały tytuły, na przykład¹⁸²: *Bez szans na sens, Fakt, to fikcja, Guru z górnej półki, Każdy jest, jaki jest, Kochaj*

¹⁷³ J. Pilch, *Oblicze noblistki*, „Polityka” 2004, nr 42, s. 113. W tym przypadku autor skoncentrował się raczej na swoich wrażeniach ogólnych niż na szczegółowej charakterystyce pisarki i jej twórczości.

¹⁷⁴ W tym przypadku informacje miały jednak zazwyczaj charakter krótkich notek, zob. np.: *Nike dla Kuczoka*, „Polityka” 2004, nr 41, s. 16; *Nike dla Pilcha*, *ibidem*, 2001, nr 42, s. 12; *Nike dla Rymkiewicza*, *ibidem*, 2003 nr 41, s. 12; *Zaskakująca Nike*, *ibidem*, 2002, nr 40, s. 13.

¹⁷⁵ J. Pilch, *Głupota Susan Sontag*, „Polityka” 2002, nr 38, s. 95; M. Król, *Nie leć na Pilcha*, *ibidem*, nr 41, s. 99; J. Pilch, *Upadek Króla*, *ibidem*, nr 42, s. 102.

¹⁷⁶ K. Mroziewicz, *Komunizm magiczny*, „Polityka” 2004, nr 44, s. 59.

¹⁷⁷ K. Janowska, *Portret w świetle lamp*, „Polityka” 2001, nr 40, s. 50–52.

¹⁷⁸ *Ibidem*, s. 52.

¹⁷⁹ *Ibidem*.

¹⁸⁰ K. Mroziewicz, *Ciągle w podróży*, „Polityka” 2005, nr 41, s. 62–[63].

¹⁸¹ M. Strzałkowska, *Każdy jest, jaki jest*, „Polityka” 2001, nr 28, s. 50–51.

¹⁸² Kolejno: „Polityka” 2003, nr 14, s. 64, 66; 2004, nr 52/53, s. 132–135; 2001, nr 29, s. 52–53; nr 28, s. 50–51; 2004, nr 35, s. 96; 2005, nr 48, s. 50, [52]; nr 39, s. 107; nr 15, s. 116; 2002, nr 1, s. 87; 2004, nr 18, s. 64–66; 2005, nr 46, s. 72–74; 2003, nr 34, s. 83; nr 34, s. 85; 2004, nr 51, s. [75].

dzikiego łabędzia, Krew zatruta nienawiścią, Listy do kobiety życia, Mistrz dygresji, Nie zdradził stylu, Nieznośna trudność bytu, Pustynia rzeczywistości, Siła duszy, U Kornela w duszy niedziela, Waga pamięci.

Podsumowując, można stwierdzić, że ta forma informacji pośrednio związanej z literaturą, prezentowana na łamach omawianego tygodnika, jest zadowalająca. Należy przy tym zaznaczyć, że nierzadko przenikała się ona z tekstami, które w szerszym zakresie podejmowały interesującą nas problematykę. Omawiając wybrane gatunki literackie, autorzy pisma przywoływali reprezentatywnych dla nich twórców. Podobnie było, kiedy na łamach periodyku pojawiał się tekst, traktujący o kondycji współczesnej literatury zarówno rodzimej, jak i obcej; wówczas pisano również o jej przedstawicielach, niekiedy odwołując się do epizodów z ich życia, które wpłynęły na powstanie ich dzieł.

2.2.3.4.2. Spotkanie z literaturą¹⁸³: teksty poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu

Tego typu tekstów ukazało się w tygodniku w badanym okresie 296 (zob. Aneks 8. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005). Ze względu na objętość można wyróżnić kilka ich rodzajów:

- 1) dłuższe, przynajmniej jednostronicowe artykuły;
- 2) komentarze, obejmujące zazwyczaj około pół strony;
- 3) jedno- lub kilkuzdaniowe wzmianki.

Drukowano je w całym tygodniku, chociaż najwięcej znajdowało się ich w ramach działu *Kultura*.

Pisano o literaturze różnych krajów, w tym m.in. amerykańskiej, czeskiej, hiszpańskiej, izraelskiej, portugalskiej, rosyjskiej szwajcarskiej i ukraińskiej.

Problematyka literacka prezentowana była z różnych punktów widzenia. I tak na przykład Mariusz Czubaj przedstawił twórczość trojga pisarzy europejskich: Maxa Cegielskiego, Iriny Dienieżkiny i Julii Zeh, dowodząc, że „pisarze z Polski, Niemiec i Rosji mówią często jednym głosem. Wspólnota problemów sięga poza granice Unii”¹⁸⁴. Natomiast A. Krzemiński, opierając się na listach bestsellerów z Francji, Niemiec i Wielkiej Brytanii (zabrakło analogicznego zestawienia z Polski), stwierdził, że „każdy najchętniej czyta swoje. Czytamy najchętniej o sobie, porozumiewamy się zaś głównie dzięki

¹⁸³ R. M. Groński, *Spotkanie z literaturą*, „Polityka” 2004, nr 3, s. 85.

¹⁸⁴ M. Czubaj, *Troje trzydziestoletnich*, „Polityka” 2004, nr 13, s. 64.

Amerykanom”¹⁸⁵ oraz, że: „Wciąż jesteśmy zamknięci we własnych kręgach językowych. I nasze literatury narodowe raczej nie układają się w naczynia połączone wspólnego obiegu literackiego”¹⁸⁶. Zestawienia bestsellerów były także dowodem na to, że współczesny europejski czytelnik najchętniej sięga po mniej ambitną lekturę w postaci kryminałów, książek sensacyjnych i romansów.

Pojawiło się również wiele tekstów poświęconych literaturze polskiej, na przykład prozie współczesnej. M. Czubaj, pisząc o „powieści w czasach recesji”, krytykował bohaterów rodzimej prozy, którzy „są samotnikami z musu albo egoistami z wyboru, co ostatecznie na to samo wychodzi”¹⁸⁷, podając za przykład utwory znanych pisarzy młodego pokolenia: M. Cegielskiego, D. Masłowskiej, T. Piątka. Portret wyłaniający się z tej charakterystyki nie wyglądał optymistycznie, ale jak stwierdził autor: „Można powiedzieć, że takich mamy literackich bohaterów, jakie mamy czasy, a obraz Polski współczesnej nie rysuje się budująco”¹⁸⁸. Podobny w swej wymowie był tekst Pawła Dunin-Wąsowicza, który krytykował niski poziom merytoryczny współczesnej literatury, pisząc:

Nasi pisarze, zwłaszcza najmłodszy, za bardzo ufają swej pamięci, za rzadko natomiast zaglądają do archiwów i bibliotek. W rezultacie mają często problemy nie tylko z realiami historycznymi, ale i tymi jak najbardziej współczesnymi¹⁸⁹.

Równocześnie jednak pocieszał odbiorców, że gafy przytrafiają się nie tylko autorom polskim, ale i znanym, zagranicznym twórcom, takim jak na przykład P. Coelho. Artykuł ten doczekał się odzewu ze strony czytelników pisma, którzy w swych listach wyrazili własne opinie na temat poruszony przez P. Dunin-Wąsowicza, wytykając mu jednocześnie jego własne pośknięcia w tekście traktującym o błędach¹⁹⁰.

Pisano także o tym, jak twórczość polska postrzegana jest na świecie¹⁹¹, w jaki sposób Polacy są w niej przedstawiani¹⁹² i na jakie języki jest ona przekładana¹⁹³.

¹⁸⁵ A. Krzemiński, *Co czyta Europa?*, „Polityka” 2005, nr 29, s. 54–56.

¹⁸⁶ *Ibidem*, s. 54.

¹⁸⁷ M. Czubaj, *Powieść w czasach recesji*, „Polityka” 2002, nr 49, s. 62.

¹⁸⁸ *Ibidem*, s. [65].

¹⁸⁹ P. Dunin-Wąsowicz, *Książka gafi pomyłek*, „Polityka” 2005, nr 31, s. 62.

¹⁹⁰ Zob. „Polityka” 2005, nr 41, s. 105.

¹⁹¹ M. Reich-Ranicki, *Skopać wieszczą*, „Polityka” 2001, nr 15, s. [57]–58.

¹⁹² J. Kurkiewicz, *Jak nas piszą*, „Polityka” 2004, nr 4, s. 52–[55].

¹⁹³ Zob. np. „Polityka” 2005, nr 21, s. 72–75; nr 48, s. 66. Pisano także o tłumaczeniach na inne języki książek laureatów *Paszportów Polityki* (zob. np. *ibidem*, nr 19, s. 64) lub współpracowników pisma (zob. np. *ibidem*, nr 33, s. 24).

Prezentowano różne typy literatury, m.in. biograficzną, ezoteryczną, fantastyczną, katolicką, komiksową¹⁹⁴, kryminalną, kulinarną (w której, według słów autora, po roku 1989 dokonana się istna rewolucja), nacjonalistyczną, polityczną oraz sensacyjną.

Kilkakrotnie pisano o książkach adresowanych do młodzieży. Na przykład w 2002 r. pojawił się bardzo ciekawy, choć pesymistyczny tekst Piotra Sarzyńskiego, w którym autor stwierdził, że dawni bohaterowie bestsellerów wraz ze swymi twórcami (m.in. Arkadym Fiedlerem, Zbigniewem Nienackim, Edmundem Niziurskim) odchodzą w zapomnienie: „Wszyscy oni jeszcze żyją w społecznej świadomości, ale już bardziej we wdzięcznej pamięci rodziców lub dziadków aniżeli w umysłach ich dzieci i wnuków”¹⁹⁵. Na szczęście jednak okazało się, że nie do końca jest to prawda. Młodzi czytelnicy „Polityki” zaprotestowali przeciwko tej, być może prowokacyjnej w założeniu konstatacji, przysyłając do redakcji tygodnika listy¹⁹⁶.

Podobnie pesymistyczny był tekst A. Krzemińskiego: *Sorry, Winnetou*, dowodzący, że książki o Indianach trafiają powoli do lamusa, przegrywając z grami komputerowymi, m.in. dlatego, że „mit indiański został wyeksploatowany do końca. Z tej kopalni nie da się wydobyć nic nowego”¹⁹⁷.

Idąc z duchem czasu, kilkakrotnie pisano o blogach jako „literaturze” nowego typu, przeważnie mało ambitnej, choć cieszącej się coraz większą popularnością¹⁹⁸.

Zastanawiano się również nad tym, jak w przyszłości wyglądać będzie pisarstwo polskie, stawiano pytania o jego charakter i temat, analizowano jednocześnie jego stan teraźniejszy. I tak na przykład, według Marka Zaleskiego, literatura w przyszłości będzie

zalecała się do nas, natarczywie wystawiała przed oczy konterfekt autora, będzie uchylała się od eksperymentu, ale i wystawiała na próbę naszą potrzebę zanurzenia się w wartkiej, dobrze prowadzonej opowieści, mrugając przy tym porozumiewawczo: tu wszystko dzieje się między nami, literackimi wyjadaczami¹⁹⁹.

Pisząc o teraźniejszości i przyszłości, nie zapominano o przeszłości, przypominając o rocznicach związanych z twórcami literatury. I tak na

¹⁹⁴ O literaturze komiksowej pisano 10-krotnie, zob. m.in. M. Czubaj, *Polska według Śle-dzia*, „Polityka” 2002, nr 34, s. 56–[57]; M. Chaciński, *Powieści z dymkiem*, *ibidem*, 2003, nr 47, s. 64–67.

¹⁹⁵ P. Sarzyński, *Samochodzik jeździ dżipem*, „Polityka” 2002, nr 34, s. 55.

¹⁹⁶ A. Brożek, M. Pieńkowska [czytelnicy], *Superksiążki*, „Polityka” 2002, nr 36, s. 91.

¹⁹⁷ S. Krzemiński, *Sorry, Winnetou*, „Polityka” 2002, nr 29, s. 46.

¹⁹⁸ Zob. np. B. Mikołajewska, *Cierpienia młodego Glogera*, „Polityka” 2001, nr 49, s. 83–85; M. Matuzik, *Blogi i blagi*, *ibidem*, 2004, nr 2, s. 78.

¹⁹⁹ M. Zaleski, *Prognoza prozy*, „Polityka” 2005, nr 44, s. 62.

przykład w 2005 r. z okazji 500 rocznicy urodzin Mikołaja Reja zamieszczono niemal czterostronicowy artykuł na temat piśmiennictwa staropolskiego: *Poeci z naszej planety*²⁰⁰, a z okazji Roku Gombrowiczowskiego pojawił się tekst pióra Agnieszki Celedy: *Gombrowicz ze styropianu*²⁰¹.

Interesującym spostrzeżeniem wynikającym z analizy treści pisma jest fakt, że dużo miejsca poświęcano w nim również poezji. Znalazły się tu teksty krytyczne na jej temat, na przykład w numerze 18 (2002): *Ciemni w pełni*, w którym autor przytaczał wiersze młodych poetów, zazwyczaj znanych w niewielkim kręgu odbiorców, opatrując je ironicznym komentarzem. Niekiedy pisano o niej z przymrużeniem oka, cytując (w ramach prześmiewczego w swym założeniu działu *Polityka i obyczaje*) wiersze drukowane na łamach „Naszego Dziennika”, a nawet zamieszczając tekst, poświęcony poezji pojawiającej się w tejże gazecie: *Polska do rymu*²⁰². Jakkolwiek autor, Z. Pietrasik, zastrzegł, że prezentując „pokrótce główne nurty tej twórczości, nie [miał – M.P.S.] zamiaru kpić ani wyśmiewać”²⁰³, to jednak trudno oprzeć się wrażeniu, że taki właśnie cel mu przyświecał, kiedy pieczołowicie przytaczał fragmenty owej twórczości, opatrując je charakterystycznym komentarzem.

Prezentowano dorobek Czesława Miłosza, Juliana Przybosa, Ryszarda Krynickiego, Tomasza Różyckiego, Marka Rymkiewicza, Wisławy Szymborskiej. Pisano także o Krakowie, w którym:

Poezja upstrzyła trotuary, obłazi mury kamienic, wdziera się do pubów, kawiarni, alternatywnych piwnic. W zależności od dzielnicy miasto poezją oddycha lub dyszy. Z Krakowa poetycka powódź rozlewa się na inne miasta, a nawet kontynenty²⁰⁴.

Wspominano o konkursach poetyckich organizowanych w tym mieście. Informowano o przyjeździe amerykańskich poetów do Krakowa²⁰⁵, o zorganizowanym przez Laurę Bush w Białym Domu sympozjum „Poezja i głos amerykański”²⁰⁶. Dwukrotnie pojawiła się rubryka, w ramach której drukowano nowe wiersze T. Różewicza²⁰⁷.

Poruszający tekst ukazał się w numerze 49 w 2001 r. (*Pod gwiazdą rozpaczną*), wspominający zmarłych tragicznie poetów i pisarzy, m.in.: Andrzeja Bursę, Stanisława Czycza, Marka Hłaskę, Edwarda Stachurę i Rafała

²⁰⁰ K. Janowska, *Poeci z naszej planety*, „Polityka” 2005, nr 50, s. 70–73.

²⁰¹ A. Celeda, *Gombrowicz ze styropianu*, „Polityka” 2004, nr 43, s. 71.

²⁰² Z. Pietrasik, *Polska do rymu*, „Polityka” 2001, nr 7, s. 46–[49].

²⁰³ *Ibidem*, s. [49].

²⁰⁴ K. Janowska, *W rynnę wierszem mówią płynnie*, „Polityka” 2004, nr 14, s. 64.

²⁰⁵ A. Szoszkievicz, *Miłość do Miłosza*, „Polityka” 2002, nr 31, s. 56–57.

²⁰⁶ [br. aut.], *Harold Pinter atakuje wierszem*, „Polityka” 2003, nr 17, s. [15]. [informacja ukazała się w ramach działu *Ludzie i Wydarzenia. Świat*].

²⁰⁷ „Polityka” 2005, nr 40, s. 61.

Wojaczka²⁰⁸. M. Pęczak, przypominając losy owych „kaskaderów literatury”, zastanawiał się jednocześnie, dlaczego ich legendy błędą we współczesnym świecie, nie budząc emocji takich, jak dawniej i dlaczego dziś brak jest podobnych postaci. Częściową odpowiedzią na te pytania był tekst Marcina Kołodziejczyka. Dzisiejsi potencjalni bohaterowie, wywodzący się z „wrażliwych inteligentów uprawiających prozę lub poezję”, borykając się z zupełnie przyziemnymi problemami, nie mają raczej szans na to, by stać się żywą legendą na miarę M. Hłaski czy E. Stachury, bo

wolność dla kultury okazała się tragedią i objawiła się literatom we wzroście liczby niskonakładowych pism społeczno-kulturalnych zamieszczających wiersze i prozę. A także w nastawieniu czytelników, którzy tych pism masowo nie czytają oraz nie kupują tomików z poezją²⁰⁹.

Pisarze i poeci zmuszeni są często „podejmować zawody nietwórcze, często frustrujące, aby się utrzymać”²¹⁰. M. Kołodziejczyk kreślił sylwetki i życiorysy współczesnych poetów, którzy „kiedyś pisaniem chcieli zbawić świat”, a teraz, kiedy „Wolność zamieniła książkę z dobra kultury w produkt rynkowy”²¹¹ chwytają się innych zajęć. Współczesny świat i kultura wykształciły zapotrzebowanie na zupełnie inny typ bohatera, niż było to dawniej. Niegdysiejszy zbuntowany i romantyczny – ustąpił miejsca przebojowemu idolowi z Big Brothera. Miejsce literatury zajęła telewizja i Internet. Dziś

Książki znikają z księgarń, a księgarnie coraz częściej znikają z ulic. [...] lektury kupuje się w supermarketach, korzysta ze sprzedaży wysyłkowej i Internetu. Od kilku tygodni można książki zamawiać przez telefon – jak pizzę czy taksówkę²¹².

Tak w 2001 r. o sytuacji na rynku wydawniczo-księgarskim pisała na łamach „Polityki” Maja Wolny.

Zagadnienie rynku książki i jej odbioru niejednokrotnie było przedmiotem publikacji zamieszczanych na łamach tygodnika. W cytowanym artykule przywołano wyniki badań czytelnictwa za rok 2000, przeprowadzonych przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej, z których wynikało, że „78% Polaków powyżej 15 roku życia w ogóle nie czyta książek lub też sięga po nie sporadycznie. Tylko 22% ma na swoim rocznym koncie 7 i więcej pozycji”²¹³. O stanie czytelnictwa w Polsce pisano nieraz

²⁰⁸ M. Pęczak, *Pod gwiazdą rozpaczną*, „Polityka” 2001, nr 49, s. 50, 52–[53].

²⁰⁹ M. Kołodziejczyk, *Dzień literata*, „Polityka” 2002, nr 45, s. 66, 69.

²¹⁰ *Ibidem*, s. 66.

²¹¹ *Ibidem*, s. 69.

²¹² M. Wolny, *Książka na telefon*, „Polityka” 2001, nr 13, s. 65.

²¹³ *Ibidem*, s. 66.

zarówno w formie krótkich informacji²¹⁴, jak i obszerniejszych komentarzy (na przykład opinia Andrzeja Nowakowskiego, prezesa Polskiej Izby Książki²¹⁵), zawsze ubolewając nad tym, że Polacy czytają mało i często niechętnie.

Jako jeden z powodów tej sytuacji wskazywano zbyt wysokie ceny książek, które powodują, że potencjalni czytelnicy kupują głównie podręczniki, bo na inne tytuły ich nie stać²¹⁶. W kolejnym artykule dotyczącym tej kwestii podkreślano, że takiego stanu rzeczy nie poprawiają problemy z dystrybucją:

W drodze do czytelnika książka przechodzi przez wielu pośredników (przedstawiciel, lokalna hurtownia), a każdy dolicza sobie kilka złotych. Jeżeli któreś z ogniw tego łańcucha bankrutuje, a zdarza się to ostatnio często, pieniądze za książkę nie wracają do wydawcy. I musi on sobie odbić to na innych tytułach²¹⁷.

W cytowanym tekście pojawiło się jednocześnie interesujące zestawienie liczbowe dotyczące rynku książki oraz elementy, które składają się na jej cenę. Wynikało z nich, że **najmniej przeznaczają się w Polsce na promocję tytułu**, niewiele więcej otrzymuje autor, zaś największe zyski ze sprzedanej książki czerpią wydawcy²¹⁸. Obok agentów literackich i dystrybutorów książek stali się oni bohaterami kolejnego tekstu, który wywołał żywy odzew wśród czytelników i wydawców: *Łańcuch książkowo-pokarmowy*²¹⁹. Ponad rok później w piśmie pojawił się następny artykuł podejmujący to samo zagadnienie: *Grupa trzymająca książkę*²²⁰.

Omawiano również problemy wydawców, wynikające na przykład z istniejącego w Polsce zjawiska, określanego jako piractwo książkowe, które „wcale nie należy do gospodarczego podziemia. Proceder ten uprawiają oficjalnie wydawnictwa, a pirackie egzemplarze sprzedaje się w zwyczajnych księgarniach”²²¹.

²¹⁴ Zob. np. [br. aut.], *Nie czytamy*, „Polityka” 2001, nr 33, s. 12; *Nie czytamy*, *ibidem*, 2002, nr 21, s. 14.

²¹⁵ A. Nowakowski, *Harry Potter i analfabeci*, „Polityka” 2002, nr 3, s. 15. Warto zaznaczyć, że komentarz ten spotkał się z odzewem czytelników „Polityki”, zob. np. M. Teresińska [czytelniczka], *Co na to księgarze?*, *ibidem*, nr 7, s. 68.

²¹⁶ P. Stasiak, *Kilo Coelho*, „Polityka” 2003, nr 36, s. 36–38.

²¹⁷ *Ibidem*, s. 37.

²¹⁸ *Ibidem*, s. 38.

²¹⁹ M. Czubaj, *Łańcuch książkowo-pokarmowy*, „Polityka” 2004, nr 21, s. 70–[73]. Listy czytelników, zob. np. *ibidem*, nr 26, s. [95].

²²⁰ M. Czubaj, *Grupa trzymająca książkę*, „Polityka” 2005, nr 43, s. 74–76.

²²¹ J. Konikowski, *Słowo na lewo*, „Polityka” 2004, nr 29, s. 41–43. O pirackich wydaniach książek pisano także: [br. aut.], *Piraci wydali papieża*, *ibidem*, 2005, nr 19, s. 17.

W 2003 r. czytelnicy „Polityki” mogli przeczytać także o prywatyzacji WSiP²²² i późniejszych kłopotach tego wydawnictwa²²³ czy perypetiach archidiecezjalnego Wydawnictwa Stella Maris²²⁴.

Analiza zebranego materiału pozwala stwierdzić, że stosunkowo rzadko pisano o targach książki. Pojawiły się zaledwie cztery ogłoszenia, reklamujące to przedsięwzięcie związane z promocją literatury: dwukrotnie informowano w ten sposób o Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie i dwukrotnie o Targach Książki w Krakowie. Relacje z tych imprez, jak również z targów, których organizatorzy nie reklamowali (na przykład Targów Książki Edukacyjnej), podobnie jak i inne teksty im poświęcone, miały charakter przeważnie krytyczny. Stwierdzano:

O tym, że rynek książki w Polsce drastycznie się kurczy, wiadomo było od dawna. Że czytelnictwo mamy jedno z najniższych w Europie, również jest pewne. Na największym krajowym kiermaszu, jakim są warszawskie Targi Książki, całą tę mizериę ruchu wydawniczego widać jak na dłoni. Na dwóch piętrach wokół Sali Kongresowej – niewielu uczestników, nowości jak na lekarstwo. Zabrakło czołowych wystawców [...]. Odwołano wizyty zagranicznych pisarzy²²⁵.

Antoni Libera zastanawiał się „Co targi książki mają wspólnego z literaturą i sztuką?”, dochodząc do wniosku, że

To, czego jesteśmy świadkami obecnie, cały ten monstrualnie wielki świat zadrukowanego papieru, rozchodzącej się błyskawicznie informacji, nieustannie zmieniających się rankingów i list bestsellerów, niewiele ma wspólnego z kulturą w dawnym sensie tego słowa²²⁶.

Nie lepiej, zdaniem dziennikarzy „Polityki”, prezentowała się sytuacja Targów Książki we Frankfurcie. W 2001 r. oceniano, że były one „*mniejsze i skromniejsze niż rok temu*”²²⁷, choć w tym przypadku powodów dopatrywano się w katastrofie, spowodowanej atakiem terrorystów na World Trade Center w Nowym Jorku. Ale rok później nie było lepiej: „Na tegorocznych Targach Książki we Frankfurcie wydawcy robili dobrą minę do smętnej gry. Branżę dopadł kryzys, dostrzegalny po pustych miejscach w halach wystawowych”²²⁸, spowodowany złą kondycją książki we współczesnym świecie. Targi książki stawały się pretekstem do pisania o kryzysie

²²² J. Solska, *Sobie i Muzie*, „Polityka” 2003, nr 6, s. 24–[27].

²²³ J. Solska, *Kto ma akcje, ten ma rację*, „Polityka” 2005, nr 32, s. 36–39. Artykuł ukazał się w dziale *Gospodarka*.

²²⁴ „Polityka” 2004, nr 8, s. 13; nr 13, s. [14]; nr 14, s. 14.

²²⁵ J. Wróblewski, *Harry Potter i reszta*, „Polityka” 2001, nr 39, s. 13.

²²⁶ A. Libera, *Seans uwielbienia*, „Polityka” 2001, nr 16, s. [52].

²²⁷ M. Wolny, *Talibowie w miękkiej oprawie*, „Polityka” 2001, nr 43, s. 50.

²²⁸ A. Krzemiński, *Grubsze lepsze*, „Polityka” 2002, nr 43, s. [66].

literatury i czytelnictwa, a także, z drugiej strony, o bestsellerach i wydawcach, królujących, mimo wszystko, na rynku²²⁹.

Ze swej strony redakcja starała się jednak, by mimo kryzysu czytelnictwa, a może właśnie dlatego – książkę promować. Warto wspomnieć o ciekawej inicjatywie redakcji, która z okazji Dnia Dziecka zleciła Fundacji ABCXXI przeprowadzenie sondy wśród znanych osób życia publicznego (polityków, artystów, pisarzy, sportowców), na temat lektur ich dzieciństwa, a następnie wyniki badań zamieściła w jednym z numerów pisma²³⁰. Dzięki temu czytelnik mógł dowiedzieć się, że ulubioną książką z lat dziecięcych Leszka Balcerowicza był m.in. *Ostatni Mohikanin* (Jamesa F. Coopera) i *Tajemnicza wyspa* (Julesa Verne'a), Zbigniewa Bońka – *Chłopcy z Placu Broni* (Ferenca Molnára) i *Do przerwy 0:1* (Adama Bahdaja), Hanny Krall – *Ania z Zielonego Wzgórza* (Lucy M. Montgomery), a Stanisława Lema – *Księga dżungli* (Rudyarda Kiplinga) i *Trzej muszkieterowie* (Aleksandra Dumas).

Poza wymienionymi formami obecności książki na łamach „Polityki” pojawiały się także informacje z nią związane w postaci zazwyczaj krótkich wzmianek. Dotyczyły one na przykład konkursu na czytanie i rozumienie tekstu (z udziałem młodych ludzi z 32 krajów, w tym z Polski)²³¹, zwyczaju foliowania książek²³² czy zdjęcia z anteny telewizyjnej programu *Dobre książki*²³³. Pisano również o likwidacji departamentu książki w Ministerstwie Kultury i powołaniu Instytutu Książki²³⁴.

Taką postać miały też informacje związane z bibliotekami. Pojawiło się ich stosunkowo niewiele (20). Informowano na przykład o powrocie do Polski XV-wiecznej *Księgi praw miejskich* Głubczyc²³⁵, przekazaniu Biblioteki Jagiellońskiej zbiorów z prywatnej biblioteki książąt Sanguszków²³⁶, o starodrukach księżnicy Jagiellońskiej²³⁷, otwarciu nowej Biblioteki Aleksandryjskiej²³⁸, a także o liczbie zlikwidowanych po 1989 r. bibliotek²³⁹.

W ramach działu *Tydzień w kraju* oraz *Działu kadr*²⁴⁰ informowano czytelników o nagrodach, wyróżnieniach, nadawaniu tytułów, jubileuszach,

²²⁹ Zob. np. M. Czubaj, *Książki z ekranu*, „Polityka” 2002, nr 21, s. 61–[63].

²³⁰ Zob. [br. aut.], *Nasze pierwsze lektury*, „Polityka” 2002, nr 22, s. 50–53.

²³¹ [br. aut.], *Polak nie rozumie*, „Polityka” 2001, nr 50, s. 12.

²³² M. Czubaj, *Książka zafoliowana*, „Polityka” 2003, nr 15, s. 52.

²³³ [br. aut.], *„Dobre książki” już niedobre*, „Polityka” 2003, nr 8, s. 12.

²³⁴ [br. aut.], *Instytut Książki*, „Polityka” 2004, nr 3, s. 14. Ta informacja była nieco dłuższa.

²³⁵ [br. aut.], *Staruszka z Głubczyc*, „Polityka” 2002, nr 31, str. 12.

²³⁶ [br. aut.], *Książęcy podarunek*, „Polityka” 2002, nr 29, s. 12.

²³⁷ [br. aut.], *Starodruki znów w Jagiellonce*, „Polityka” 2002, nr 25, s. 12.

²³⁸ [AB], *Cud świata z problemami*, „Polityka” 2002, nr 43, s. 15.

²³⁹ *Kraina bez książek* [opinia Michała Jagiełły], „Polityka” 2003, nr 15, s. 86.

²⁴⁰ W 2002 r. [od nr 40] dział zmienił nazwę na *Kadry nominacje denominacje*.

rocznicach, a także o śmierci osób związanych ze światem kultury i literatury. Wzmianki te miały zazwyczaj postać jedno- lub kilkudzaniowych notek, pozbawionych komentarza, czasem tylko opatrzonego odsyłaczem do artykułu – wspomnienia, poświęconego danej osobie, znajdującego się wewnątrz numeru.

Warto także wspomnieć o tekstach dotyczących adaptacji, ekranizacji oraz inscenizacji literatury. Informacji tego typu pojawiło się na łamach pisma 121. Komentowano na przykład kolejne próby przeniesienia na ekran zarówno klasyki polskiej, jak i światowej (*Krzyżaków* Henryka Sienkiewicza, *Przedwiośnia* Stefana Żeromskiego, *Przygód Olivera Twista* Karola Dickensa, *Targowiska próżności* Wiliama Makepeace'a), prozy popularnej (*Nigdy w życiu!* K. Grocholi, *Jednorocznej wdowy* Johna Irvinga) oraz fantastyki (*Solaris* Stanisława Lema i *Raportu mniejszości* Philipa K. Dicka). Pisano o kolejnych inscenizacjach dramatów Williama Szekspira, a także dzieł twórców rodzimych: Aleksandra Fredry, Witolda Gombrowicza i Sławomira Mrożka.

Przy omawianiu rozmaitych form obecności literatury, prezentowanych na łamach pisma nie można pominąć również licznych listów do redakcji, będących bądź odzewem na zamieszczony artykuł bądź też zwracających uwagę na określony problem, dotyczący rynku wydawniczego i książek. Przykładem może być list od rozgoryczonego 15-letniego czytelnika w sprawie niedostępności Biblioteki Narodowej dla zwykłego zjadacza chleba²⁴¹, głos czytelnika nawiązujący do artykułu Z. Kałużyńskiego o popularności *Pamiętnika Bridget Jones*²⁴² czy opinia związana z artykułem o cenach książek²⁴³.

2.2.3.4.3. *Napisz książkę i odnieś sukces!*²⁴⁴: konkursy i akcje

Kolejną formą obecności książki na łamach omawianego tygodnika były konkursy i akcje z nią związane. Można je podzielić na trzy grupy:

1) te, które pismo organizowało lub współinicjowało (cyklicznie bądź jednorazowo);

2) takie, którym patronowało;

3) inne przedsięwzięcia, o których redakcja jedynie informowała (przeważnie w formie ogłoszeń reklamowych).

Pierwszą grupę stanowiły konkursy²⁴⁵ zarówno organizowane regularnie (zazwyczaj w cyklu rocznym), jak i inicjatywy jednorazowe.

²⁴¹ „Polityka” 2003, nr 23, s. 85.

²⁴² „Polityka” 2001, nr 30, s. 35.

²⁴³ „Polityka” 2003, nr 45, s. 107.

²⁴⁴ „Polityka” 2002, nr 45, s. [85].

²⁴⁵ O potrzebnosci konkursów pisano już w 2002 r. Zob. J. Biała, *Marynistyczny epos o góralu*, „Polityka” 2002, nr 35, s. 58.

„Polityka” była organizatorem kilku takich przedsięwzięć. Jednym z najstarszych był wspominany wcześniej konkurs historyczny.

To najstarsza przyznawana w Polsce nagroda dla książki historycznej. Kiedy redakcja powoływała ją w 1959 r., podkreślała, że mają to być nagrody dla publikacji najnowszej historii Polski. W ciągu kilkudziesięciu lat funkcjonowania nagrody jej laureatami zostało ponad stu autorów²⁴⁶.

W badanym okresie nagrodzono w ten sposób 18 twórców. Najpierw na łamach pisma pojawiała się krótka notka, zatytułowana *Nagrody historyczne*, w której redakcja zwracała się do czytelników i wydawców z prośbą o zgłaszanie kandydatów, zasługujących na to wyróżnienie. Spośród nadesłanych tytułów jury wybierało prace, opublikowane w poprzednim roku, dotyczące najnowszej historii Polski, m.in. z następujących kategorii: pamiętniki i wspomnienia, prace naukowe i popularnonaukowe, wydawnictwo źródłowe. Nagradzano także debiut roku, za który autor otrzymywał nagrodę w wysokości 4 tys. zł, pozostali – 5 tys. zł (tylko w 2001 r. nagroda ta wynosiła 6 tys. zł). Ogłoszenie listy laureatów wraz z podaniem tytułów nagrodzonych książek drukowano w listopadzie lub grudniu danego roku, w dziale *Historia*, a w jednym z kolejnych numerów pisma omawiano uhonorowane w ten sposób książki. W tabeli 13 przedstawiono laureatów nagrody z lat 2001–2005.

Tabela 13. Laureaci Nagród Historycznych, przyznawanych przez „Politykę” w latach 2001–2005

Rok, w którym przyznano nagrodę	Kategoria	Nazwisko laureata	Tytuł nagrodzonej publikacji
2001	Prace naukowe i popularnonaukowe	Szarota Tomasz	<i>U progu zagłady</i> (Wydawnictwo Sic!)
	Wydawnictwa źródłowe	Czesław Osękowski	<i>Referendum 30 czerwca 1946 roku w Polsce</i> (Wydawnictwo Sejmowe) <i>Wybory do Sejmu z 19 stycznia 1947 roku w Polsce</i> (Wydawnictwo Poznańskie)
2001	Pamiętniki, wspomnienia, relacje	Olena Batonowa i Andrzej Friszke (za przygotowanie do druku)	<i>Listy 1946–1967</i> (Instytut Studiów Politycznych PAN)
	Debiut	Małgorzata Ruchniewicz	<i>Repatriacja ludności polskiej z ZSRR w latach 1955–59</i> (Fundacja im. Ericha Brostra przy Fundacji im. Friedricha Eberta; Oficyna Wydawnicza Wolumen)

²⁴⁶ Folder wewnątrzredakcyjny „Polityki”, s. 17.

Rok, w którym przyznano nagrodę	Kategoria	Nazwisko laureata	Tytuł nagrodzonej publikacji
2002	Prace naukowe i popularnonaukowe	Jerzy Kochanowski	<i>W polskiej niewoli. Niemiec- cy jeńcy wojenni w Polsce (1945–1950)</i> (Wydawnictwo Neriton)
	Wydawnictwa źródłowe	Wanda Krystyna Roman	<i>Za Polskę do celi śmierci. Śledztwo i proces Nikodema Sulika</i> (Wydawnictwo Adam Marszałek)
	Pamiętniki, wspomnienia, relacje	Karolina Lanckorońska	<i>Wspomnienia wojenne</i> (Wydawnictwo Znak)
	Debiut	Marcin Zaremba	<i>Komunizm, legitymizacja, nacjonalizm</i> (Wydawnictwo Naukowe Scholar)
	Nagroda Specjalna	Maria Hirszowicz	<i>Pałapki zaangażowania. Intelektualiści w służbie komunizmu</i> (Wydawnictwo Naukowe Scholar)
2003	Prace naukowe i popularnonaukowe	Marian Łatyński	<i>Nie paść na kolana. Szkice o polskiej polityce lat powo- jennych</i> (Towarzystwo Przyjaciół Ossolineum)
	Pamiętniki, wspomnienia, relacje	Elżbieta Neyman (za wyb., oprac. i wprowadzenie do książki)	<i>Intymny portret uczonych. Korespondencja Marii i Stanisława Ossowskich</i> (Wydawnictwo Sic!)
	Debiut	Michał Maranda	<i>Nazistowskie obozy zagłady. Opis i próba analizy zjawiska</i> (UW, Instytut Stosowanych Nauk Społecznych)

Tabela 13 (cd.)

Rok, w którym nadano nagrodę	Kategoria	Nazwisko laureata	Tytuł nagrodzonej publikacji
2004	Prace naukowe i popularnonaukowe	Leszek Olejnik	<i>Polityka narodowościowa Polski w latach 1944–1960</i> (Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego)
	Pamiętniki, wspomnienia, relacje	Edward Hałoń	<i>W cieniu Auschwitz</i> (Wydawnictwo Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau)
	Debiut	Jacek Piotrowski	<i>Piłsudczycy bez lidera</i> (Wydawnictwo Adam Marszałek)
2005	Prace naukowe i popularnonaukowe	Henryk Słabek	<i>Obraz robotników polskich w latach 1945–1989</i> (Instytut Historii PAN, Wyższa Szkoła Gospodarki Krajowej w Kutnie)
	Wydawnictwa źródłowe	Anna Bikont	<i>My z Jedwabnego</i> (Wydawnictwo Prószyński i S-ka)

Źródło: „Polityka” 2001–2005.

Kolejne wyróżnienie, regularnie przyznawane przez tygodnik, to wspomniane wcześniej *Paszporty Polityki*. Po raz pierwszy wręczono je w 1993 r. W numerze 1 (2001) czytamy m.in.:

Artystów i twórców podzielić można na dwie grupy: tych, którzy zyskali już sławę, i tych, którzy dopiero o tym marzą. Naszymi, przyznawanymi już po raz ósmy, nagrodami Paszportów „Polityki” pragniemy zawsze uchwycić ów moment przechodzenia z jednej do drugiej kategorii. Próbuje my zwrócić uwagę naszych czytelników, mediów, organizatorów życia kulturalnego i wszystkich miłośników kultury na twórców, którzy zdali już świetnie pierwsze egzaminy z talentu, wyobraźni i oryginalności, ale ciągle jeszcze czekają na wielką sławę i ciągle jeszcze najwybitniejsze osiągnięcia zawodowe mają przed sobą²⁴⁷.

W kategorii *Literatura* w latach 2001–2005 laureatami zostali: P. Huelle (2001, *Mercedes Benz*), D. Masłowska (2002, *Wojna polsko-ruska pod flagą biało-czerwoną*), W. Kuczok (2003, *Gnój*), S. Shuty (2004, *Zwał*), M. Krajewski (2005, za cykl powieściowy zapoczątkowany książką *Śmierć w Breslau*).

W 2003 r. z okazji 10-lecia wręczenia *Paszportów* zorganizowano trwający miesiąc Festiwal Kulturalny „Polityki”, *Paszporty do Europy*. Odbyło się ponad 30 imprez z nim związanych: koncertów, wystaw, publicznych debat

²⁴⁷ Więcej, zob. *Paszporty Polityki 2000*, „Polityka” 2001, nr 1, s. 41.

(m.in. „Pisarstwo – terapia, zawód, powołanie”), przeglądów filmowych i spektakli teatralnych. Uczestniczyli w nim laureaci z lat ubiegłych²⁴⁸.

Inna, cykliczna forma promocji kultury, w tym literatury, inicjowana przez tygodnik to *Salony Polityki* (organizowane na przykład w warszawskim Klubie Pod Jaszczurami). W ramach spotkań odbywały się tu m.in. *Wieczory autorskie* oraz *Turniej Jednego Wiersza*. Reklamowano je na łamach pisma²⁴⁹, ale niestety, nie zamieszczano relacji z ich przebiegu. W latach 2001–2005 zorganizowano spotkanie m.in. z Wojciechem Bonowiczem, Jackiem Podsiadło i Marcinem Świetlickim.

„Polityka” była także pomysłodawcą kilku jednorazowych konkursów literackich. Jednym z nich była *Literacka zabawa z nagrodami* (2001) promowana hasłem: *Napisz powieść z Pilchem*. Pomysł ten był anonsowany już na okładce tygodnika²⁵⁰. Moderator konkursu (J. Pilch) napisał początek powieści, natomiast zadaniem czytelników było dopisanie jej dalszego ciągu, o objętości maksymalnie pół strony maszynopisu. J. Pilch wybierał najciekawszy, jego zdaniem, fragment i dodawał go do opowieści. Autor otrzymywał nagrodę w wysokości 500 zł, zaś po zakończeniu konkursu wśród wszystkich jego uczestników rozlosowane zostały nagrody. Za każdym razem obok wybranego fragmentu pojawiał się komentarz Moderadora, który już na początku stwierdził:

Tak jest: piszemy rzecz, na którą czeka naród. Naród bowiem czeka na interesującą i dobrze opowiedzianą historię. Poza wszystkim jestem absolutnie pewien: na pewno nie dla licznych, ale dla nielicznych, może nawet dla bardzo nielicznych spośród Państwa ten pomysł „Polityki” jest po prostu wielką szansą²⁵¹.

Od następnego numeru na okładce zamieszczano hasło, przypominające o konkursie: *Napisz z Pilchem powieść, na którą czeka cały naród!* Drukowano także kilka innych ciekawych, choć niewykorzystanych fragmentów, przysyłanych przez czytelników, prezentując jednocześnie dwa wątki powieści. Pomysł spotkał się z tak dużym zainteresowaniem, że we wrześniowym numerze redakcja przyznała:

Pisanie powieści z Pilchem miało być zabawą wakacyjną, jednak w związku z niesłabnącym zainteresowaniem Czytelników postanowiliśmy ją przedłużyć. Będzie trwała tak długo, jak długo zechcecie się państwo bawić²⁵².

²⁴⁸ Relacja z Festiwalu, zob. P. Sarzyński, *Paszporty do Europy*, „Polityka” 2003, nr 8, s. 58.

²⁴⁹ Zob. np. „Polityka” 2001, nr 42, s. [50].

²⁵⁰ Zob. np. „Polityka” 2001, nr 26.

²⁵¹ „Polityka” 2001, nr 26, s. 3.

²⁵² „Polityka” 2001, nr 36, s. 84.

Konkurs zakończono trzy tygodnie później, w numerze 39 (2001), choć jednocześnie zaproponowano czytelnikom jego kontynuację w Internecie.

Znany pisarz był także koordynatorem kolejnego konkursu literackiego, zainicjowanego przez redakcję w świątecznym numerze „Polityki” w grudniu 2003 r.²⁵³ Tym razem był to *Ogólnonarodowy Konkurs na Opowiadanie: Pisz do Pilcha*. Konkurs z jednej strony miał być

sprzeciwem wobec zaniku sztuki opowiadania, z drugiej strony [miał – przyp. M.P.S.] wzmóc i przyspieszyć rychłe odrodzenie tej sztuki. [...] dać interesujące świadectwo tego, o czym i jak Polacy dziś opowiadają²⁵⁴.

Pomysł, jak przyznał J. Pilch, wzorowany był na podobnym przedsięwzięciu zorganizowanym w Stanach Zjednoczonych przez P. Austera. Kanwą opowiadania powinno być prawdziwe zdarzenie, które przydarzyło się czytelnikowi lub osobie mu bliskiej albo historia tak dobrze opowiedziana, że można było w nią uwierzyć. Objętość tekstu ograniczono do 7 tys. znaków. Konkurs trwał do 9 kwietnia 2004 r., ale listę laureatów podano dopiero w ostatnim numerze z tego roku²⁵⁵. Wynikało to z faktu, że do redakcji wpłynęło ponad 3 tys. opowiadań. Na zakończenie jedyny juror, którym był J. Pilch, sformułował kilka tez, określających „polskie charaktery”. Na podstawie przesłanych opowiadań stwierdził m.in., że:

nie da się z czystym sumieniem powiedzieć, że Polacy opowiadają, że lubią i potrafią opowiadać. Polacy raczej gadają i lubią gadać. Triumfuje rozlewność, brak konstrukcji i bezpunktowość. [...]. Najciekawszy wniosek, jaki nasunął mi się w trakcie lektury opowiadań, jest chyba taki, że Polacy nie bardzo lubią i potrafią opowiadać o zdarzeniach, ale lubią i potrafią opowiadać o ludziach²⁵⁶.

Ostatecznie wybrano 52 opowiadania, które zgodnie z założeniami miały stanowić podstawę antologii, wydanej przez Świat Książki²⁵⁷.

Kolejnym konkursem był zabawny pomysł, polegający na napisaniu przez czytelników „Polityki” krótkiego grafomańskiego tekstu, w którym znalazłby się kolejno: opis przyrody, dialog miłosny i zakończenie, w którym bohaterowie wymyślonej historyjki... dochodzą na przystanek autobusowy. Warunkiem było również użycie w tekście podanych przez redakcję słów. Zasady zostały poprzedzone odpowiednim wprowadzeniem,

²⁵³ „Polityka” 2003, nr 51/52, s. 103.

²⁵⁴ J. Pilch, *Ogłaszam, a „Polityka” czyni to wraz ze mną, Ogólnonarodowy Konkurs na Opowiadanie*, „Polityka” 2003, nr 51/52, s. 103.

²⁵⁵ W międzyczasie ukazywały się, nierzadko krytyczne, komentarze J. Pilcha, dotyczące nadsyłanych tekstów. Zob. np. J. Pilch, *Szkoła pisania*, „Polityka” 2004, nr 2, s. 84.

²⁵⁶ J. Pilch, *Polskie charaktery*, „Polityka” 2004, nr 52/53, s. 160.

²⁵⁷ *Pisz do Pilcha. Opowiadań współczesnych 30 i 3*, Świat Książki, Warszawa 2005.

rodzajem miniporadnika, w którym opisano podstawowe cechy grafomanii, posiłkując się cytatami z literatury polskiej²⁵⁸. Czytelnicy chętnie odpowiedzieli na ten rodzaj literackiej zabawy (*I ty możesz zostać grafomanem*), nadsyłając w sumie ok. 100 tekstów „próbujących się zmierzyć z nader subtelną materią złego pisania”²⁵⁹. Najzabawniejsze z nich zostały opublikowane w numerze 6 (2003) periodyku²⁶⁰.

Tygodnik był również współorganizatorem konkursu literackiego na pamiętniki polskich emigrantów. Partnerem tego projektu był „Nowy Dziennik” (wydawany w Nowym Jorku) i pismo „Świecie Nasz” (ukazujące się w Montrealu). Patronat medialny objęła TV Polonia i Radio Polonia. Informacja na temat tego przedsięwzięcia ukazała się w formie ogłoszenia w lutym 2005 r. Redakcja pisała:

Chcemy, aby emigranci opowiedzieli o sobie, o tym, dlaczego opuścili Polskę. Jak w nowym miejscu urządzili się, kto im pomógł, a kto się od nich odwrócił. Chcemy dowiedzieć się, czego nauczyło ich życie w innym kraju i w innej kulturze. Wreszcie – chcemy wiedzieć, na ile żywy jest odwieczny dylemat: wracać czy nie wracać?²⁶¹

Na prace w formie wspomnień, komentarzy, refleksji, relacji i opisów czekano do końca czerwca 2005 r. Lista laureatów, wraz z komentarzem jury, ogłoszona została w grudniu tegoż roku²⁶².

„Polityka” nie tylko była organizatorem bądź współinicjatorem tego typu przedsięwzięć, ale także o nich informowała. Komunikaty pojawiały się zazwyczaj w formie ogłoszeń reklamowych. Przykładem jest pomysł Instytutu Gospodarstwa Społecznego, który wraz z Krajowym Urzędem Pracy zorganizował konkurs na *Pamiętniki bezrobotnych (2001)*²⁶³. Przedsięwzięciu patronował minister pracy i polityki społecznej. Reguły konkursu, w którym przewidziano trzy nagrody główne (I miejsce – 5000 zł, II – 4000 zł, III – 3000 zł) i 10 wyróżnień (po 1000 zł), podane zostały w ogłoszeniu reklamowym zamieszczonym na łamach „Polityki”²⁶⁴.

Inną ciekawą inicjatywę promował na łamach pisma Empik. W roku 2001 i 2002 pojawiała się informacja o cyklicznej akcji (*AS Empik-u*). Jej pierwsza odsłona odbyła się w 1999 r. Jak pisali inicjatorzy pomysłu:

²⁵⁸ M. Czubaj, *Trędowate metafory*, „Polityka” 2002, nr 51/52, s. 104–108.

²⁵⁹ M. Czubaj, *Wielka Trędowata*, „Polityka” 2003, nr 6, s. 64.

²⁶⁰ *Ibidem*, s. 64–67.

²⁶¹ „Polityka” 2005, nr 7, s. [85].

²⁶² „Polityka” 2005, nr 49, s. [108]. Nagrody w konkursie: I miejsce – 2 tys. dolarów, II – 1,5 tys. dolarów, III – 1 tys. dolarów; 3 wyróżnienia po 500 dolarów.

²⁶³ Było to być może mimowolne nawiązanie do podobnych inicjatyw podejmowanych w II Rzeczypospolitej. Owocowały one wydaniem pamiętników bezrobotnych, chłopów, robotników.

²⁶⁴ „Polityka” 2001, nr 8, s. 56. Ponownie ogłoszenie to pojawiło się w grudniu: *ibidem*, nr 49, s. 90.

EMPIK co kwartał zbiera opinie dyrektorów działów poszczególnych salonów, by pod koniec roku przedstawić Kapitulie ASÓW Empik-u listę tytułów zasługujących na szczególną uwagę i wyróżnienie. Tak jak w latach poprzednich, miano WYDARZENIA ROKU otrzymała pozycja, która zdaniem Kapituły, wniosła nową jakość do polskiej kultury i wywarła największy wpływ na zachowania i gusty odbiorców, co wcale nie musi oznaczać sukcesu komercyjnego²⁶⁵.

Wśród nominowanych znajdowali się kandydaci z następujących kategorii: „książka polska”, „książka zagraniczna”, „płyta polska”, „płyta zagraniczna”, „film dvd”, „film vhs”, „multimedia edukacja”, „multimedia rozrywka”. W każdej grupie znajdowało się pięciu kandydatów²⁶⁶. W 2001 r. na decydującym etapie pojawiła się m.in. książka J. Pilcha: *Pod Mocnym Aniołem*.

Dwukrotnie (w 2001 i 2002 r.) wydrukowano ogłoszenie, w którym reklamodawca (Skarbnica Współczesnych Poetów) zwracał się do poetów, „piszących do szuflady”, by nadsyłali swe prace. Wybrane z nich miały być zamieszczone w przygotowywanej *Antologii poezji*²⁶⁷.

W tygodniku pojawiła się też informacja Klubu Świata Książki, który był organizatorem konkursu na powieść współczesną dla kobiet: *Złote pióro 2002*²⁶⁸. Nagrodą było wydanie wybranej powieści i honorarium autorskie. Przewidywano również trzy wyróżnienia (ich autorzy mieli otrzymać eleganckie pióra).

Pojawiały się także ogłoszenia dotyczące Konkursu Publicystycznego o Nagrodę im. Andrzeja Szczypiorskiego. W inseracie czytamy:

W tegorocznej edycji jury proponuje formułę „Porozumienie mimo podziałów”. Zachęca autorów, by wzorem Andrzeja Szczypiorskiego zechcieli skomentować dzisiejszą sytuację w Polsce, oceniając przeszkody, ale i szanse porozumienia między wieloma skonfliktowanymi ze sobą grupami społeczeństwa²⁶⁹.

Inicjatorem przedsięwzięcia było Wydawnictwo Sens, jednym z jurorów został W. Władyka. Przewidziano trzy nagrody finansowe (3000 zł, 1500 zł, 1000 zł). W ogłoszeniu podającym listę laureatów znalazła się informacja o tym, że wydana zostanie praca zbiorowa, w której znajdą się nagrodzone i wyróżnione teksty²⁷⁰.

²⁶⁵ „Polityka” 2002, nr 5, s. 55.

²⁶⁶ Książki polskie i zagraniczne, nominowane do tytułu w 2001 r., zob. „Polityka” 2001, nr 44, s. 50; nr 47, s. 61; nr 51/52, s. 85.

²⁶⁷ „Polityka” 2001, nr 9, s. 98; 2002, nr 19, s. 51.

²⁶⁸ „Polityka” 2002, nr 45, s. [85].

²⁶⁹ „Polityka” 2002, nr 6, s. 81. Przypomnienie o konkursie pojawiło się w następnym numerze pisma: *ibidem*, nr 7, s. 78.

²⁷⁰ „Polityka” 2002, nr 22, s. [101].

W 2004 r. pojawiło się również ogłoszenie o konkursie na tekst opowiadający o życiu gejów i lesbijek²⁷¹.

Drugą grupę inicjatyw, podejmowanych przez „Politykę”, a związanych z książką, stanowią (obok konkursów) rozmaite akcje.

Najgłośniejszą i najdłużej trwającą było przedsięwzięcie *Cała Polska czyta dzieciom*. Po raz pierwszy informacja na ten temat pojawiła się na łamach pisma 2 czerwca 2001 r.:

Tak nazywa się akcja Fundacji ABCXXI – program Zdrowia Emocjonalnego, do której przyłącza się redakcja „Polityki”. Robimy to z okazji Dnia Dziecka 2001 r., ale ze znacznie istotniejszych powodów. Podzielamy przekonanie animatorów akcji, że czytanie jest sercem edukacji, więc najlepsze, co możemy zrobić dla dobrej przyszłości naszego dziecka, jest czytanie mu na głos²⁷².

W następnym numerze znalazł się dłuższy, ponadstronicowy tekst Ireny Koźmińskiej (założycielki Fundacji): *20 minut*²⁷³, w którym przekonywała ona o dobrodziejstwach, płynących z głośnego czytania książek dzieciom, i radziła, jak robić to najlepiej. W kolejnym numerze ponownie nawiązano do tej akcji. Magdalena Strzałkowska proponowała odpowiednie dla dzieci lektury, podając tytuły, które można wybrać z niezwykle bogatej oferty wydawniczej, „co zrobić, żeby dziecko nas w ogóle słuchało?” i „jak odróżnić książkę prawdziwą od książki – pułapki?”²⁷⁴. Akcja doczekała się odzewu ze strony czytelników, którzy w listach w pełni aprobowali pomysł przyzwyczajania dzieci do czytania od najmłodszych lat²⁷⁵. Od tego czasu przypomniano o akcji, na przykład w postaci krótkich wzmianek lub poprzez dołączanie do tygodnika wkładki reklamującej to przedsięwzięcie. W ramach akcji zorganizowany został Ogólnopolski Tydzień Czytania, w którym udział wzięło ponad 150 miast. Przygotowane zostały w nich liczne imprezy z udziałem znanych pisarzy, aktorów i polityków, popierających tę formę promocji książki. Inicjatywa okazała się ogromnym sukcesem. W 2005 r. pojawiło się ogłoszenie, w którym organizatorzy akcji zwracali się do czytelników z prośbą o wsparcie Fundacji ABCXXI poprzez przekazanie na jej konto 1% swego podatku²⁷⁶.

²⁷¹ „Polityka” 2004, nr 1, s. 106.

²⁷² „Polityka” 2001, nr 22, s. 12.

²⁷³ I. Koźmińska, *20 minut*, „Polityka” 2001, nr 23, s. 62, 64.

²⁷⁴ M. Strzałkowska, *Uszatek wiecznie żywy*, „Polityka” 2001, nr 24, s. 88–90.

²⁷⁵ Zob. np. „Polityka” 2001, nr 28, s. 82.

²⁷⁶ „Polityka” 2005, nr 12, s. 114. W 2007 r., a zatem w okresie, który nie obejmuje zakresu prezentowanej pracy, zapoczątkowano wydawanie *Kolekcji książek „dla dzieci, rodziców i dziadków do wspólnego czytania”*, będącej owocem akcji. Zob. np. „Polityka” 2007, nr 4, s. [92], M. Czubaj, *Lotta i Emil, wspaniałe uparciuchy*, *ibidem*, nr 48, s. 93.

Warto także wspomnieć o pomniejszych pomysłach redakcji, realizowanych na łamach pisma. Jednym z nich był jednorazowy pomysł w 2001 r., polegający na propozycji wzięcia udziału w wakacyjnym kursie pisarstwa, prowadzonym (z przymrużeniem oka) przez Agnieszkę Glińską, Jerzego Pilcha i Tadeusza Słobodzianka. Kurs miał odbywać się w domu pracy twórczej nad Wigrami²⁷⁷.

Na łamach „Polityki” zamieszczano również liczne zaproszenia na spotkania z pisarzami, promującymi swe książki i relacje z tych imprez. Czytelnicy dowiedzieli się w ten sposób m.in. o spotkaniach z Normanem Daviesem, Arturem Domosławskim, Wojciechem Kuczukiem, Reesem Laurencem, Stanisławem Lemem, Dorotą Masłowską, Krzysztofem Mroziwiczem, Rudolfem von Thaddenem i Stanisławem Zawiślańskim.

Odnaleźć można także zaproszenia do wzięcia udziału w innych akcjach, związanych z literaturą. Propozycje te miały postać bądź krótkich wzmianek bądź ogłoszeń reklamowych. Przykładem może być zachęta do wzięcia udziału w publicznym czytaniu utworów Cz. Miłosza z okazji jego 90. urodzin czy w podobnej inicjatywie: publicznym czytaniu na głos przez 3 tys. wiernych przez 7 dni i nocy *Pisma świętego*. Ciekawą inicjatywę podjął Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego wspólnie z Fundacją „INFO XXI”. W dniach 7–10 kwietnia 2001 r. w Bibliotece Uniwersyteckiej miały się odbywać spotkania pod wspólnym tytułem *Szał czytania*. Pismo, będąc jednym z patronów medialnych tego przedsięwzięcia, kilkakrotnie zamieściło jego reklamę²⁷⁸.

2.2.4. Kup gadżetę!²⁷⁹ Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

„Polityka” dużo miejsca poświęcała także sprawom rynku prasowego (zob. Aneks 9. Wybór tekstów poświęconych rynkowi prasowemu, drukowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005). Pisano o zmianach zachodzących na rynku prasowym w Polsce²⁸⁰, o pojawieniu się na nim nowych periodyków: „Newsweek Polska” w 2001 r., „Faktu” dwa lata później czy w 2005 r. „Nowego Dnia”. Zamieszczano także obszerniejsze teksty poświęcone określonym rodzajom prasy, na przykład młodzieżo-

²⁷⁷ „Polityka” 2002, nr 30, s. 85.

²⁷⁸ Informacje na temat tej akcji pojawiły się także w innym badanym periodyku. Została ona omówiona w dalszej części pracy.

²⁷⁹ [Pis. oryg.], „Polityka” 2003, nr 37, s. 40–42.

²⁸⁰ Zob. np. A. Rybak, *Sezon krokodyli* [o sytuacji na rynku prasy codziennej i konkurencji pomiędzy Wydawnictwem Agora i Axel Springer], „Polityka” 2005, nr 41, s. 24–26.

wej²⁸¹, lokalnej²⁸², adresowanej do mężczyzn²⁸³. Pisano o konkretnych tytułach, na przykład „Przyjaciółce”²⁸⁴, „Tygodniku Powszechnym”²⁸⁵, „Trybunie”²⁸⁶, miesięczniku „Państwo i Prawo” (z okazji jubileuszu 55-lecia jego istnienia)²⁸⁷.

Przypominano pisma z okresu PRL (na przykład tygodnik „Rzeczywistość”²⁸⁸, miesięcznik „Kontakt”²⁸⁹ czy „Robotnik”²⁹⁰). Kreślono sylwetki redaktorów i dziennikarzy (jak choćby Krystyny Kaszuby, pierwszej redaktor naczelnej „Twojego Stylu”²⁹¹). W postaci krótkich wzmianek w ramach działu *Kadry nominacje denominacje* informowano o roszadach na stanowiskach redaktorów naczelnych w gazetach i czasopismach polskich oraz o zmianach właścicieli poszczególnych tytułów.

Rozważano także kwestię etyki dziennikarskiej i granic swobody wypowiedzi. Wielokrotnie zastanawiano się nad położeniem tradycyjnej prasy i sposobów, stosowanych przez większość wydawców gazet i czasopism, dzięki którym starali się oni zatrzymać czytelników przy danym tytule. Pisano zatem o gadżetach, dołączanych do prasy, o kolekcjach książek, przygotowywanych przez wydawców, a także o prasie w Internecie.

Jednocześnie „Polityka” przyłączyła się do przedsięwzięcia, zorganizowanego przez Wydawców Prasy w ramach akcji informacyjnej: „Bądź mądry – czytaj prasę”. Na łamach tygodnika pojawiły się też reklamy, promujące czytelnictwo gazet i czasopism. Na zdjęciu 16 ukazano jeden z przykładów tego typu reklam²⁹².

²⁸¹ M. Pęczak, *Ślizg we fluid*, „Polityka” 2001, nr 28, s. 51–[52].

²⁸² P. Pytlakowski, *Cenzor wójt*, „Polityka” 2002, nr 32, s. 29–31.

²⁸³ K. Lubelska, *Męska przygoda*, „Polityka” 2001, nr 33, s. [52]–[54].

²⁸⁴ B. Pietkiewicz, *Babska przyjaźń*, „Polityka” 2003, nr 13, s. 92–93.

²⁸⁵ A. Szostkiewicz, *Życiorysy pod prąd*, „Polityka” 2002, nr 28, s. 66–67.

²⁸⁶ M. Janicki, P. Pytlakowski, *Podwójne życie organu*, „Polityka” 2002, nr 50, s. 32–34.

²⁸⁷ [br. aut.], *Jubileusz*, „Polityka” 2001, nr 21, s. 12.

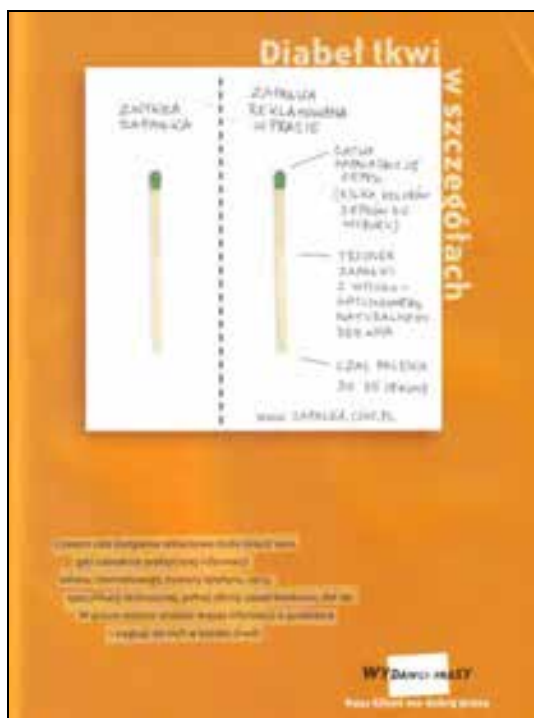
²⁸⁸ P. Pytlakowski, *Betonowa „Rzeczywistość”*, „Polityka” 2003, nr 2, s. 64–66.

²⁸⁹ R. Lewandowski, *Jak wypalił się Kontakt*, „Polityka” 2003, nr 20, s. 74–76.

²⁹⁰ I. T. Miecik, *Kornik*, „Polityka” 2001, nr 38, s. 72–74, 77.

²⁹¹ K. Lubelska, *Madame Redaktor*, „Polityka” 2002, nr 14, s. 78–80.

²⁹² Inny przykład reklamy z tego cyklu, zob. „Polityka” 2005, nr 29, s. [99].



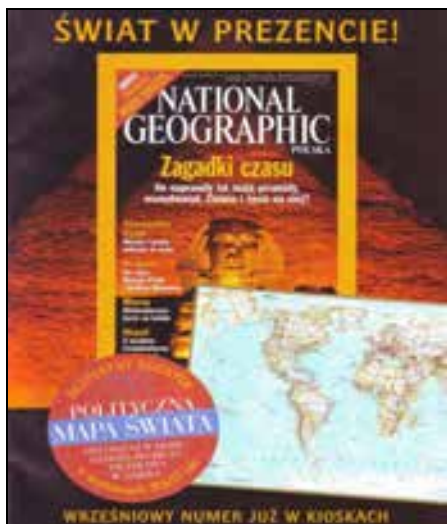
Zdjęcie 16. Reklama Wydawców Prasy
„Polityka” 2003, nr 14, s. [81]

W 2005 r. na łamach pisma znalazł się protest Izby Wydawców Prasy przeciwko zwiększenia opodatkowania książek i prasy.

Innym elementem, wpisującym się w kampanię upowszechniania prasy, były bez wątpienia liczne reklamy zarówno poszczególnych periodyków, jak i promocja samej „Polityki” i tytułów wydawanych przez Spółdzielnię Pracy („Forum” i „Res Publici Nowej”). Stanowią one temat na oddzielną pracę, ale warto w tym miejscu zaznaczyć, że zarówno ich liczba w badanym okresie (521 anonsów²⁹³, z czego 466 reklamujące czasopisma, 22 promujące gazety i 33 dodatki do nich), jak i forma są niezwykle imponujące w omawianym tygodniku. W sumie w postaci reklam pojawiła się informacja o 48 tytułach gazet i czasopism. Zamieszczono m.in. inseraty promujące „Cosmopolitan”, „Gazetę Prawną”, „Gazetę Wyborczą”, „Muratora”, „National Geographic”, „Panią Domu”, „Przyjaciółkę”, „Zwierciadło”, „Życie”. Najciekawiej w tej grupie prezentowały się reklamy „National Geographic”.

²⁹³ Ta liczba odnosi się do wszystkich tego typu inseratów, bez względu na powtarzalność reklamowanych w nich tytułów.

Zajmowały one zazwyczaj całą stronę, były niezwykle barwne i za każdym razem zawierały inne elementy. Niemal w każdym anonsie pojawiała się okładka określonego numeru promowanego pisma, wzbogacona o hasła reklamowe (zdjęcie 17–19).



Zdjęcie 17. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”
„Polityka” 2001, nr 35, s. [18]



Zdjęcie 18. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”
„Polityka” 2001, nr 36, s. [65]



Zdjęcie 19. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”
„Polityka” 2001, nr 38, s. [91]

W pierwszym ogłoszeniu elementem zachęcającym do kupna tytułu miał być bezpłatny dodatek w postaci *Politycznej mapy świata*, natomiast w dwóch kolejnych inseratach wzrok czytelnika przykuwały hasła reklamowe. Jednocześnie w ogłoszeniu promującym dziennik „Życie” temu celowi służył również element graficzny, ciekawie prezentujący proponowany tytuł²⁹⁴.

Jednak rekordy powtarzalności pojawiły się w przypadku autoreklamy pism wydawanych przez Spółdzielnię Pracy Polityka. Najwięcej, bo aż 265 razy, pojawił się inserat, promujący „Forum” (anonse zawierały z reguły podobne elementy), 35-krotnie ogłoszenie dotyczące „Res Publici Nowej”, zaś sama „Polityka” reklamowana była zarówno w postaci tradycyjnej, jak i *online*. Informowano także o możliwości słuchania reportaży z tygodnika na falach wybranych rozgłośni radiowych. Niejednokrotnie zdarzało się, że cała strona poświęcona była autoreklamie pisma²⁹⁵.

Podsumowując publikacje dotyczące prasy, zamieszczane na łamach „Polityki”, można powiedzieć, że stanowiły one stosunkowo liczną grupę; starano się informować czytelników zarówno o pojawieniu się nowych tytułów, jak i o ogólnej kondycji wybranych rodzajów prasy. Biorąc pod uwagę charakter omawianego pisma, wydaje się, że liczba tego typu tekstów była wystarczająca; spełniały one głównie funkcję informacyjną.

Analiza zebranych danych pozwala stwierdzić, że problematyka związana z kulturą, literaturą zajmowała ważne miejsce w polityce redakcyjnej tygodnika.

Jednocześnie zaprezentowany powyżej materiał świadczy o bogactwie i różnorodności informacji o książce, zamieszczanych na łamach „Polityki”. Promując literaturę, wykorzystano rozmaite formy przekazu, poczynając od recenzji, poprzez reklamy, wywiady, portrety pisarzy, a kończąc na publikacjach ogólnych, związanych z interesującym nas zagadnieniem. Teksty miały różny charakter (informacyjny, komentujący, analityczny) i objętość (od półstronicowych, poprzez dwustronicowe, kończąc na obszerniejszych). Z reguły przygotowywane były profesjonalnie, a w przypadku dłuższych artykułów tekst opisowy wzbogacano trafnie dobranymi zdjęciami. Omawiano nie tylko literaturę rodzimą i jej kondycję we współczesnym świecie, ale sięgano również po piśmiennictwo zagraniczne, prezentując sylwetki wybranych pisarzy i ich twórczość.

²⁹⁴ Inne, ciekawe reklamy tytułów prasowych: zob. np. „Polityka” 2001, nr 6, s. 43 (inserat promujący „Przyjaciółkę”), podobny w formie anons proponujący „Panią domu”: *ibidem*, nr 11, s. 65; *ibidem*, nr 21, s. [67] (miesięcznik „Profit”), *ibidem*, 2003, nr 7, s. [69] („Pilot: dodatek telewizyjny”), *ibidem*, nr 31, s. [57] (reklama miesięcznika kobiecego „Zwierciadło”).

²⁹⁵ Od 2001 r. pojawiały się często całostronicowe reklamy Polityki On Line, zob. np. „Polityka” 2001, nr 15, s. [100]. Pamiętano także o promocji prenumeraty tygodnika; zazwyczaj przypomniano o niej w grudniu danego roku, zob. np. *ibidem*, 2003, nr 49, s. [107].

Oceniając poziom i wartość prezentowanych informacji, można powiedzieć, że spełniały one swoją rolę, wynikającą z definicji prasy opinii. Jednocześnie (przynajmniej w pewnym stopniu) zdawały się wpisywać w cele redakcji, które Z. Pietrasik określił w następujący sposób:

Polityka tygodnika w tym względzie jest zdroworozsądkowa: oceniamy rzeczy zasługujące na uwagę naszą i naszych czytelników. Nie ulegamy naciskom i modom. Nie lansujemy, lecz przedstawiamy. Staramy się być „przewodnikiem po chaosie”, wybrać z ogromnej liczby ofert to, co cenne, odrzucić chłam wydawniczy²⁹⁶.

Tym samym udowodniano swą czołową pozycję lidera wśród pism opinii w Polsce, także pod względem zainteresowań problematyką kulturalną i literacką.

²⁹⁶ Informacje uzyskane dzięki korespondencji ze Zdzisławem Pietrasikiem.

2.3. „Wprost” górą!¹

2.3.1. Z Poznania do Warszawy: historia czasopisma

To jest gazeta, która zawsze dzień czy dwa dni przed jakimś istotnym wydarzeniem okazuje się najlepiej poinformowana².

Numer zerowy „Wprost” z podtytułem „Tygodnik Społeczno-Polityczny” ukazał się 24 października 1982 r. w Poznaniu, w miejsce zlikwidowanego niemal rok wcześniej czasopisma „Tydzień”³. Redakcja, którą częściowo tworzyły osoby związane z poprzednim periodykiem, tak pisała o nowym tytule:

Od poprzednika [...] różni je i kształt zewnętrzny i charakter. Traci więc swoje pismo spora grupa zwolenników magazynów kolorowych, zyskują jednak czytelnicy oczekujący lektur związanych z trudnymi problemami współczesności. [...] krótki wyraz nie może oddać programu czasopisma, sygnalizuje jednak zamiar otwartego kontaktu z Czytelnikami i intencją publicystyki komunikatywnej. Tytuł ten wskazuje na publicystyczny i dyskusyjny charakter tygodnika, co stawia go w określonej rodzinie czasopism i orientuje Czytelnika w charakterze oferty⁴.

Dalej określone zostały cele, jakie stawiała przed sobą redakcja, wskazując na wagę i znaczenie spraw związanych z polityką, podkreślając, że nowy periodyk jest: „pismem politycznym przez swoją solidarność z linią i programem politycznym Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej”⁵, choć jednocześnie „otwartym, który udostępni swoje łamy każdemu, kto wobec spraw dnia zechce zająć własne stanowisko, bądź swoją wiedzą lub doświadczeniem służyć innym”⁶.

Sygnalny numer liczył 32 strony. Z założenia adresowany miał być przede wszystkim do odbiorców w Wielkopolsce, choć zamierzano również dotrzeć do innych regionów w kraju. Na następne wydanie „Wprost” czytelnicy musieli jednak poczekać dłużej niż tydzień. Ponownie pojawiło

¹ Tytuł informacji dotyczącej przyznania w 2004 r. tygodnikowi nagrody Wydawcy Roku przez pismo „Media & Marketing”, „Wprost” 2004, nr 39, s. 6.

² „Wprost” 2005, nr 11, s. 10 (słowa Aleksandra Kwaśniewskiego zamieszczone na łamach „Gazety Wyborczej” z 9 marca 2005 r.).

³ „Tydzień” – periodyk wydawany był w Poznaniu od 23 września 1973 r. do 13 grudnia 1981 r. W sumie ukazało się 50 numerów tego pisma. Jego redaktorem naczelnym był Mieczysław Skąpski.

⁴ „Wprost” 1982, nr 0, s. 2.

⁵ *Ibidem*.

⁶ *Ibidem*, s. 3.

się ono 5 grudnia 1982 r. Podobnie, jak poprzedni numer, również i ten, oficjalny pierwszy, wydany został przez RSW „Prasa-Książka-Ruch” i Wielkopolskie Wydawnictwo Prasowe. Redaktorem naczelnym został Janusz Przybysz, jego zastępcą Waldemar Kosiński, a sekretarzem redakcji Jerzy Matuszkiewicz. W skład zespołu weszli: Marcin Bajerowicz, Grażyna Banaszekiewicz, Zenon Bosacki, Andrzej Haegenbarth, Krystyna Lubiańska, Tomasz Mańkowski, Edward Pawlak, Anita Pudlik, Mariusz Stachowiak, Ewa Staniewicz, Tomasz Talarczyk i Tadeusz Wójcicki. Tym razem redakcja była bardziej powściągliwa w swych deklaracjach, ograniczając się do krótkiego stwierdzenia:

Nie chcemy gubić spraw ważnych i nam bliskich w powodzi słów, tym bardziej, że wiele słów pięknych i ważnych uległo dewaluacji. [...] Naszą postawę, nasze dążenia i ambicje, będzie dokumentował każdy kolejny numer pisma. Jedno możemy obiecać naszym Czytelnikom: może to nam się czasem nie udawać, ale zawsze będziemy się starać pisać w p r o s t⁷.

To wydanie również miało objętość 32 stron, kosztowało 15 zł⁸. Od numeru 7 (1983) redaktorem naczelnym został Waldemar Kosiński, pojawiły się również nowe nazwiska, na przykład Jana Biłosa, Piotra Gabryela, Eugeniusza Jarosika i Tadeusza Owczarzaka.

Do 1989 r. pismo miało zasięg regionalny, z siedzibą redakcji w Poznaniu.

Jak pisze Jan Załuski:

„Wprost” lat osiemdziesiątych należał do tych czasopism, które podejmowały – choć trudno powiedzieć, że preferowały – tematy określane jako „odważne”, niechętnie akceptowane przez politycznych decydentów. Z jednej strony ukazywano biedę milionów ludzi, społeczny margines, patologie, z drugiej upowszechniano przykłady osób, którym się powiodło, bo wzięły sprawy w swoje ręce i naśladowały drobnych kapitalistów z Zachodu⁹.

Na łamach ówczesnego tygodnika dominowała problematyka społeczno-polityczna¹⁰, która jednak nie przysparzała mu popularności. Objętość numeru pozostawała niezmienna: nadal liczył 32 strony, nieznacznie, w przeciwieństwie do szaty graficznej periodyku, zmieniały się działy i rubryki. Do numeru 26 w 1984 r. czytelnicy kojarzyli „Wprost” z okładką

⁷ „Wprost” 1982, nr 1, s. 2.

⁸ W numerze zerowym nie podano ceny; być może, jako egzemplarz pokazowy, rozdawany był za darmo.

⁹ J. Załuski, *Zawiłe losy „Wprost”*, [w:] *Prasa dawna i współczesna. Część piąta*, red. B. Kosmanowa, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adam Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2004, s. 88.

¹⁰ Na przykład w 1983 r. tygodnik zaangażował się w upowszechnianie idei związanej z Patriotycznym Ruchem Odrodzenia Narodowego (PRON), współorganizując spotkania, na których prezentowano program tej organizacji.

w charakterystycznej, żółtej ramce, z tytułem wydrukowanym czarną lub białą czcionką i kilkoma stronami wewnątrz numeru na żółtym tle. Ale w połowie tego roku kolor żółty zastąpiono różowym. Przetrwał on dwa lata. W tym czasie zdarzały się numery pisma, w których okładka, prawdopodobnie ze względów finansowych, przypominała jednak raczej kolor szary niż każdy inny.

Zawartość, i być może w pewnym stopniu także względy estetyczne, decydowały o tym, że aż do czasu prywatyzacji „Wprost” było tytułem deficytowym. Sytuacji nie zmieniał fakt, że do zespołu redakcyjnego dołączali w tych latach kolejni dziennikarze. Wśród nich znaleźli się m.in. Piotr Andrzejewski, Iwona Gajdzińska, Piotr Grochmaliski, Przemysław Grociak, Marek Król¹¹, Jerzy Matuszkiewicz (pełniący przez kilka miesięcy funkcję zastępcy redaktora naczelnego), Waław Miziniak, Rafał Węgierekiewicz, Marek Zieleniewski i Piotr Zimny.

Rok 1989, podobnie jak dla całej prasy, tak i dla „Wprost” okazał się czasem zmian. Od numeru 11 (z 12 marca 1989 r.) redaktorem naczelnym pisma został M. Król¹². Periodyk stał się pismem ogólnopolskim, choć nadal z siedzibą w Poznaniu i oddziałem w Warszawie, zatrudniającym miejscowych dziennikarzy. Nie wpłynęło to jednak w sposób wyraźny na zmianę jego zawartości czy szaty graficznej. Objętość numeru pozostawała niezmienna, działy i rubryki były podobne. Warto jednak zaznaczyć, że tygodnik otrzymał w tym czasie I nagrodę Klubu Redakcyjnego Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej za „zdobycie przebojem rynku czytelniczego i uznanie czytelników”¹³.

Rok 1990 to kolejne zmiany w piśmie. Ich zwiastunem stała się okładka numeru czerwcowego¹⁴: wydrukowana na lepszym jakościowo papierze, w innej (niebieskiej) tonacji, symbolicznie nawiązywała do numeru zeroowego „Wprost” z 1982 r. M. Król pisał:

oddając czytelnikom 394 numer naszego tygodnika z kolorową okładką i zmienionym układem wewnątrz, postanowiliśmy, bez zbędnych fanfar i manifestów, zakończyć okres szary w dziejach „Wprost”. Podjęliśmy próbę wydawania pisma, które poziomem edytor-skim, a także redakcyjnym powinno sprostać oczekiwaniom naszych wymagających czytelników¹⁵.

¹¹ Jego nazwisko po raz pierwszy pojawiło się w stopce redakcyjnej w numerze 6 (1984).

¹² Pełnił on tę funkcję aż do 2006 r. Pomimo, że kolejne lata nie są objęte w ramy czasowe tej pracy, warto wiedzieć, że kolejnymi redaktorami pisma byli: P. Gabryel (2006–2007), St. Janecki (2007–2010), T. Lis (od 2010 r.).

¹³ Za: J. Załuski, *Zawiłe losy...*, s. 88.

¹⁴ Zob. „Wprost” 1990, nr 23.

¹⁵ M. Król, *Zakaz zawracania*, „Wprost” 1990, nr 23, s. 2.

Od tego numeru na łamach periodyku zaczął pojawiać się m.in. cykl wywiadów ze Stefanem Kisielewskim, drukowany odtąd w rubryce *Kisiel*¹⁶. Ta forma dziennikarska była stałą pozycją każdego wydania, ale dopiero teraz zaczęła przyciągać w większym niż do tej pory stopniu zainteresowanie czytelników. A było ono periodykowi bardzo potrzebne, jako że właśnie w tym czasie zaczęły się jego problemy związane z prawem własności do tytułu.

W marcu 1990 r., zgodnie z uchwaloną wtedy ustawą, rozpoczęto likwidację RSW „Prasa-Książka-Ruch”, jednocześnie prywatyzując jej majątek. We wrześniu tego roku omawiany tytuł został tymczasowo wydzierżawiony Agencji Wydawniczo-Reklamowej „Wprost”, utworzonej przez Marka Króla i Lecha Kruszonę. Agencja wydawała tygodnik do lutego 1991 r., kiedy pismo zostało nieodpłatnie przekazane powstałej w redakcji Spółdzielni Pracy Dziennikarzy „Wprost” (jej prezesem był M. Król). Miała ona kontynuować wydawanie periodyku wspólnie z firmą Rok Corporation. Jednak następnego dnia po otrzymaniu praw do wydawania pisma spółdzielnia bezpłatnie przekazała to prawo AWR „Wprost”. Agencja podpisała ze Spółdzielnią umowę, w której znalazło się zapewnienie, że zarówno zyski, jak i straty, wynikające z wydawania tygodnika, obciążą wyłącznie konto AWR¹⁷.

Sama Spółdzielnia dziennikarska, mimo podpisanego z Likwidatorem RSW zobowiązania, nie podjęła działalności, przez niemal 2 lata nie zorganizowano także żadnego zebrania członków Spółdzielni. *De facto* zatem pismo wydawane było przez Rok Corporation i Agencję „Wprost”. Taka sytuacja trwała do kwietnia 1993 r. Przeprowadzona wówczas kontrola NIK wykazała nieprawidłowości własnościowe; wyniki zostały przedstawione Komisji Likwidacyjnej RSW. Jej szef, Tomasz Kwieciński, przekazał sprawę praw do tytułu na drogę sądową, a w mediach pojawiła się informacja, że tygodnik prawdopodobnie zostanie wystawiony na sprzedaż w drodze przetargu.

Perturbacje sądowe trwały aż do 1999 roku i zakończyły się ugodą. AWR za prawo do posiadania tytułu wypłaciła Komisji milion dolarów¹⁸.

¹⁶ Wywiady ze S. Kisielewskim drukowane były do numeru 37 (1991). W następnym wydaniu pojawiła się informacja: „Kisiel: zawieszamy – na jakiś czas – rozmowy z panem Stefanem Kisielewskim z przyczyn zależnych od Pana Boga. Redakcja”. Zob. „Wprost” 1991, nr 38, s. 6.

¹⁷ Poza tym, w stopce redakcyjnej zjawiała się także inna zmiana; zamiast dotychczasowej informacji: „Wprost Tygodnik społeczno-polityczny RSW Prasa-Książka-Ruch”, Wielkopolskie Wydawnictwo Prasowe, pojawiła się zmiana nazwy wydawcy: Wielkopolskie Wydawnictwo Prasowe RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Po raz pierwszy taka informacja znalazła się w numerze 20 (1989).

¹⁸ Za: T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 154. W styczniu 2000 r. właścicielami AWR „Wprost” byli: M. Król (60% udziałów), L. Kruszon (34% udziałów), P. Gabryel, E. Jarosik i M. Zieleniewski (po 2%).

W tym okresie sytuacja tygodnika na rynku prasowym była już ustabilizowana pod względem finansowym. Posiadał on już także ukształtowaną grupę odbiorców. Przeprowadzona w tym samym roku ankieta wykazała, że w pierwszym rzędzie były to osoby z wykształceniem średnim, mieszkańcy dużych, powyżej 500 tys., miast, w wieku 35–54 lat, zwolennicy ówczesnej Unii Wolności¹⁹.

Jednocześnie z procesem wytoczonym przez Komisję Likwidacyjną RSW odbywały się inne sprawy sądowe przeciwko „Wprost”: dziennikarze pisma oskarżani byli wielokrotnie o naruszanie dóbr i zamieszczanie nieprawdziwych wiadomości²⁰. W tym czasie tygodnik popadł także w poważny konflikt z Kościołem katolickim²¹.

W 1997 r. Rok Corporation wniósł oskarżenie przeciwko „Wprost”, zarzucając pismu niedotrzymywanie umowy i oszustwa finansowe związane z podziałem zysków ze sprzedaży²². W połowie lat 90. szerokim echem w mediach odbiła się też sprawa publikacji, zamieszczonych na łamach tygodnika „Nie”, „Dziennika Poznańskiego” i „Przeglądu Tygodniowego”, dotyczących M. Króla i jego domniemanych związków m.in. z dawną Służbą Bezpieczeństwa i UOP²³.

Ostatnia dekada XX w. to z jednej strony okres dla pisma trudny, ale z drugiej były to dlań lata rozwoju. Zmieniał się wygląd zewnętrzny periodyku: we wspomnianym 1990 roku (od numeru 27) pojawił się kolejny pomysł związany grafiką pisma: okładka w czerwonej, charakterystycznej ramce stała się odtąd znakiem rozpoznawczym „Wprost”. W latach następnych wprowadzano coraz nowocześniejszą szatę graficzną. Wraz ze zwiększeniem objętości periodyku (z 32 do 96 stron w 1992 r.) zwiększał się również jego nakład: w 1992 r. wzrósł do 250 tys. egz.²⁴ AWR stała się też (od 1995 r.) właścicielem czasopisma „Mój Pies” i miesięcznika „BusinessWeek/Polska” (od 2000 r.).

¹⁹ Redakcja, *Wprost od czytelników*, „Wprost” 1999, nr 16, s. 27, 28.

²⁰ Więcej, zob. m.in. J. Załuski, *Zawiłe...*, s. 92–94.

²¹ Przyczyną był artykuł opublikowany 21 maja 1995 r.: *Kościół niezgody*. Jego autor oskarżał w nim m.in. prymasa kard. J. Glempa o działania rzekomo szkodzące wizerunkowi Kościoła.

²² Zarzuty Rok Corporation doprowadziły do zatrzymania P. Gabryela, M. Króla i L. Kru-szony. I ta sprawa odbiła się szerokim echem w mediach. Zob. m.in. odpowiedź tygodnika: St. Janecki, *Zamach na „Wprost”*, „Wprost” 1998, nr 1, s. 22–23.

²³ Zob. m.in. P. Dębski, *Agent Marek Król*, „Przegląd Tygodniowy” 1996, nr 4, s. 5; odpowiedź „Wprost”: zob. m.in. M. Cielemecki, St. Janecki, współpraca J. S. Mac, *Zemsta SLD*, „Wprost” 1996, nr 49, s. 26–28; Z. Dąbrowska, *Powiedzmy to wprost*, „Przegląd Tygodniowy” 1998, nr 40, s. 8–9. Do sprawy powrócono w 2005 r., zob. m.in. T. Sygut, *Kto stoi za „Wprost”*, „Przegląd” 2005, nr 11, s. 10–[13].

²⁴ Przypomnijmy, że na początku lat 90. XX w. nakład tygodnika „Polityka” wynosił tylko 130 tys. egz.

Nie bez wpływu na rosnącą popularność tygodnika był fakt, że na jego łamach pojawiały się teksty, związane z głośnymi wówczas „aferami” politycznymi, jak choćby z tzw. sprawą Olina czy aferą InterAms. Jednocześnie w stopce redakcyjnej pisma zaczęły pojawiać się nowe nazwiska, m.in. Marioli Balickiej, Piotra Gajdzińskiego, Wiesława Kota, Aldony Łukomskiej, Bogusława Mazura. „Wprost” posiadało już w tym czasie swoich korespondentów zagranicznych, m.in.: Marka Brzezińskiego (informacje z Paryża), Piotra Cywińskiego (doniesienia z Bonn), Leszka Mazana (depesze z Pragi), Tomasza Wróblewskiego (relacje z Waszyngtonu).

Jednym z najskuteczniejszych sposobów na zwiększenie popularności pisma była odpowiedź na zmieniające się oczekiwania, szczególnie młodszych, czytelników. Jak redakcja sama przyznawała, „Internet otworzył przed >Wprost< nowe możliwości”²⁵. Na łamach periodyku w największym stopniu, w porównaniu z innymi tytułami z tej grupy, zaangażowano się w propagowanie nowoczesnych technologii. Dzięki temu tygodnik stał się jednym z pierwszych w Polsce tytułów prasowych dostępnych *on-line*. Pierwszy krok w tym kierunku uczyniono już w 1995 r., tworząc stronę www.wprost.pl. W kolejnych latach rozbudowywano ją o kolejne serwisy tematyczne, bazy danych i inne narzędzia interaktywne²⁶.

Z szarego, prowincjonalnego pisma, zatrudniającego zaledwie kilku dziennikarzy, „Wprost” stawało się powoli nowoczesnym periodykiem, konkurującym o pierwsze miejsce z „Polityką” w grupie pism opinii.

Znaczącym momentem stał się dla periodyku rok 2000. W listopadzie tego roku redakcja przeniosła się z Poznania do Warszawy, do nowoczesnego budynku przy Al. Jerozolimskich 123. Agencja Wydawniczo-Reklamowa „Wprost” ulokowana została na 25. i 26. piętrze. Zmiana adresu oznaczała jednocześnie zmiany personalne w redakcji. Z ok. 100-osobowego składu redakcyjnego ponad 20 współpracowników zrezygnowało z przeprowadzki albo otrzymało wypowiedzenia. Kilku dziennikarzy, pozostałych w Poznaniu, miało być korespondentami pisma²⁷. Zmiana adresu nie pociągnęła za sobą zmian w wyglądzie tygodnika: zachowano stałe działy i rubryki oraz dotychczasową szatę graficzną wraz z objętością numeru (w tym czasie średnio już 130 stron).

Koniec wieku w periodyku żegnano interesującym plebiscytem, skierowanym do czytelników. Wraz z Programem 3 Polskiego Radia postano-

²⁵ M. Karpiński, [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 36, s. 50.

²⁶ Więcej o działaniach „Wprost” w tym w zakresie: zob. m.in. M. Przybysz-Stawska „Wprost” z Internetu. Budowanie nowego wizerunku prasy, [w:] *Biblioteka Książka Internet 2010*, red. Z. Osiński, Instytut Bibliotekoznawstwa i Informatyki UMCS w Lublinie, Lublin 2010, s. [125]–137; eadem, *Tradycja i nowoczesność czwartej władzy (na przykładzie tygodników opinii: „Polityki”, „Wprost” i „Newsweek Polska”)* [w druku].

²⁷ M. Chłabcz, „Wprost” do Warszawy, „Press” 2000, nr 11, s. 20.

wiono wybrać zjawisko, które stanowiłoby symbol mijającego stulecia. Wśród propozycji znalazła się m.in. telewizja, samolot, kino, lodówka, ale także teoria względności i dziura ozonowa. Każdego dnia jedna z propozycji była prezentowana na antenie radiowej, zaś do czytelników i słuchaczy należał wybór tego, które uznają za najistotniejsze²⁸. Wyniki zostały ogłoszone w lutowym numerze tygodnika w 2001 r.²⁹

Dwa miesiące później, w kwietniu 2001 r., redakcja przedstawiła kolejną nowość: prenumeratę „Wprost” on-line, podkreślając, że tygodnik jest pierwszym w Polsce, w którym proponuje się odbiorcom takie ułatwienie³⁰. Na chętnych czekały upusty i atrakcyjne nagrody. Od tej pory systematycznie ukazywało się w piśmie przypomnienie skorzystania z tej możliwości³¹.

W lipcu została uruchomiona następna usługa: czytelnicy tygodnika mogli założyć własne darmowe konto pocztowe, które miało funkcjonować w ramach serwisu Poczta Wprost³². Tworząc kolejne możliwości interaktywnego wykorzystania Internetu, redakcja pisała: „Wszystkie serwisy stworzymy w taki sposób, aby były czytelne dla kogoś, kto pierwszy raz w życiu korzysta z sieci, a jednocześnie oferowały zaawansowane produkty dla użytkowników ze stażem”³³. W ten sposób proponowano następujące serwisy:

- www.wprost.pl (zawierał aktualizowane na bieżąco informacje, analizy, komentarze i opinie),
- tygodnik.wprost.pl (było to internetowe wydanie pisma, w którym znalazła się baza danych zawierająca artykuły i felietony, zamieszczone w tygodniku),
- archiwum.wprost.pl (dzięki wyszukiwarce czytelnik mógł w tym miejscu odnaleźć teksty zamieszczone w drukowanej wersji periodyku od lipca 1998 r., a także wiadomości z Wprost On-line),
- cafe.wprost.pl (była to wirtualna kawiarenka, „miejsce spotkań” internautów, w której odbywały się cotygodniowe czaty z zaproszonymi politykami, przedstawicielami kultury i biznesu),
- kariera.wprost.pl (poświęcono ją rynkowi pracy w Polsce. Zainteresowani mogli w tym miejscu odnaleźć propozycje pracodawców, kierowane zarówno do absolwentów szkół i uczelni, jak i do osób posiadających już staż w określonych zawodach. Pojawiły się tu oferty pracy dwóch największych internetowych serwisów pośrednictwa pracy: jobpilot.pl i jobaid.pl. Zamieszczano również porady dla poszukujących zatrudnienia, a w dziale

²⁸ St. Janecki, *Symbole XX wieku*, „Wprost” 2000, nr 52/53, s. 26–[28], 30, 32, 34.

²⁹ Pierwsze miejsce zajął komputer i Internet. Więcej, zob. St. Janecki, *Znaki czasu*, „Wprost” 2001, nr 2, s. 38–39.

³⁰ [br. aut.], *Złóż zamówienie on line*, „Wprost” 2001, nr 15, s. [60].

³¹ „Wprost” 2001, nr 16, s. [55].

³² B. Leśniewski, E. Orłowski, *Poczta.wprost.pl*, „Wprost” 2001, nr 29, s. 48.

³³ M. Karpiński, [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 36, s. 51.

pomocy w zarządzaniu karierą znalazły się cenne wskazówki i rady. Dzięki pojawiającym się w tym serwisie wybranym artykułom drukowanym w tygodniku, rankingowi szkół wyższych i liście 100 najbogatszych Polaków witryna pozwalała poznać specyfikę rynku pracy w Polsce i rządzące nim prawa),

- forum.wprost.pl. (tu znajdowały się fora dyskusyjne „Wprost”, na których internauci mieli możliwość poruszyć każdy interesujący ich temat, wymienić poglądy i opinie),

- intermedia.wprost.pl. (było to internetowe wydanie działu *Intermedia*, zamieszczanego w drukowanej wersji tygodnika, urozmaicone o dodatkowe informacje z branży teleinformatycznej),

- www.sport.wprost.pl. (to serwis zawierający najnowsze informacje sportowe),

- kisiel.wprost.pl. (witryna poświęcona S. Kisielewskiemu oraz nagrodom jego imienia),

- Cr.wprost.pl (serwis związany z tytułem *Człowieka Roku*, przyznawanym przez tygodnik).

W latach następnych rozbudowywano stronę o kolejne serwisy, nie zaniedbując jednocześnie ich reklamy w wersji drukowanej pisma³⁴.

Proponując czytelnikom rozwiązania w oparciu o możliwości, jakie dawało nowe medium, redakcja nie zapomniała również o wersji tradycyjnej periodyku. Od numeru 50 (2001) zmieniono dzień wydawania pisma: odtąd miał się on pojawiać w kioskach w poniedziałki. Forma graficzna tygodnika uległa zmianie, pierwszy numer w kolejnym roku w historii pisma (2002) ukazał się w ulepszonej pod tym względem szacie, podobnie było w kwietniu tego roku. Pojawiały się nowe działy i rubryki³⁵.

³⁴ Zob. np. „Wprost” 2002, nr 11, s. 65. W ciągu następnych lat powstawały kolejne serwisy; niektóre z nich zostały przygotowane w okresie, nie objętym przez ramy czasowe tej pracy; warto jednak wspomnieć o kilku z nich: Gover.pl (pierwszy polski serwis typu „*watch dog*”, śledzący zachowania polskich polityków), Pitbul.pl (ironicznie komentujący polską scenę polityczną i dokonania jej reprezentantów), Blogbox.com.pl (zebrane z sieci najlepsze wpisy, składające się na swego rodzaju bibliotekę blogów); Nieruchomosci.wprost.pl (najświeższe oferty kupna, sprzedaży i wynajmu mieszkań oraz domów); Motoryzacja.wprost.pl (oferty kupna i sprzedaży motocykli, samochodów osobowych i ciężarowych). Najciekawszy z nich to, jak się wydaje InfoTuba.pl, działający w sieci od 2008 r. – serwis dziennikarstwa obywatelskiego, forum wymiany opinii i poglądów na tematy polityczne, ekonomiczne, społeczne, kulturalne i sportowe. Serwis ten został dokładniej omówiony w innym miejscu przez autorkę: M. Przybysz-Stawska: *Nowe oblicze mediów, czyli dziennikarstwo obywatelskie*, „Transformacje”. Pismo Interdyscyplinarne” 2012, nr 1–4, 289–304.

³⁵ Np. *Z życia koalicji/Z życia opozycji*, zawierające krótkie, prześmiewcze wzmianki, komentujące polską scenę polityczną. Po raz pierwszy pojawiły się w tygodniku w numerze 3 (2002), s. 10–11; *Skaner* – przegląd najważniejszych wydarzeń minionego tygodnia, wcześniej: *Peryskop*, zob. „Wprost” 2004, nr 6, s. 6–10. Zmiany dotyczące grafiki i zawartości pisma były szczególnie częste w 2002 r.; większość z nich była jednak niewielka, dlatego nie są one w tym miejscu szczegółowo opisywane.

Z okazji 20-lecia istnienia pisma redakcja zleciła włoskiej firmie Marlen wykonanie pamiątkowej serii 200 wiecznych piór, zaś w 2002 r., świętując wydanie 1000. numeru „Wprost”, czytelnicy wzięli udział w konkursie związanym z najważniejszymi wydarzeniami ostatnich lat. Pierwszą nagrodą była dwuosobowa tygodniowa wycieczka do wybranego przez laureata miejsca na świecie³⁶. Stabilna sytuacja finansowa pisma pozwoliła AWR na zakup kolejnych tytułów: w 2003 r. Agencja stała się właścicielem miesięcznika dla kobiet „Pani”³⁷, a rok później czasopisma dla miłośników sportów wodnych „Rejs”³⁸. W tym samym roku (2004) na łamach „Wprost” zaproponowano czytelnikom, mieszkającym na Mazowszu, dodatek kulturalny *Warszawa i Kultura (WiK)*. Był to przewodnik repertuarowy kin, teatrów, wystaw, festiwali, koncertów, klubów, restauracji i pubów; znalazły się tu także informacje związane z literaturą³⁹. W 2005 r. z okazji wakacji wydany został *Wakacyjny Informator Kulturalny*, tym razem o zasięgu ogólnopolskim⁴⁰.

Zwieńczeniem starań redakcji w konkurencyjnej walce o czytelnika było otrzymanie przez AWR w 2004 r. prestiżowego tytułu Wydawcy Roku, przyznawanego przez pismo „Media & Marketing”. We wrześniowym numerze „Wprost” pisano z dumą:

Zrobiliśmy wrażenie przede wszystkim rozmiarami naszych inwestycji – podczas gdy na rynku medialnym panuje bryndza, AWR „Wprost” jest wciąż w ofensywie! W ostatnim czasie przejęliśmy „Panią”, „Rejs” oraz „WiK. Warszawa i Kultura”. Wszystkie te tytuły odżyły, a stare wcale nie mają się gorzej. Warto podkreślić, że AWR „Wprost” to firma rdzennie polska, która doskonale daje sobie radę w konkurencji z zachodnimi potentatami medialnymi. Świadczą o tym zarówno jakość wydawanych pism, jak i zyski firmy⁴¹.

W tym czasie AWR wydawała już 6 tytułów prasowych, miała ustabilizowaną pozycję na rynku prasowym w Polsce i, co najważniejsze, grono wiernych czytelników.

Na popularność periodyku wpływ mieli również bez wątpienia jego współpracownicy. W badanym okresie (2001–2005) znaleźli się wśród nich

³⁶ Więcej, zob. [br. aut.], *1000 prezentów na 1000 numer „Wprost” oraz podróż marzeń*, „Wprost” 2002, nr 3, s. [28]–[29].

³⁷ Periodyk zakupiony został od wydawnictwa Edipresse Polska, sprzedano go w 2005 r. Wydawnictwu Bauer.

³⁸ Miesięcznik zakupiony w 2004 r., został zamknięty w 2005 r.

³⁹ Pod tym tytułem ukazywał się najpierw jako samodzielne pismo; w postaci dodatku po raz pierwszy został dołączony w nr 18 (2004). Później zmienił tytuł na „Wprost i Kultura”. Przeważnie wydawany był w cyklu miesięcznym.

⁴⁰ Tę edycję dołączono do numeru 27 (2005). Zapowiedź zob. *WiK, czyli Wakacyjny Informator Kulturalny*, „Wprost” 2005, nr 26, s. 102.

⁴¹ [br. aut.], *Wprost górą!*, „Wprost” 2004, nr 39, s. 6.

nie tylko znani publicyści i dziennikarze, ale również politycy, historycy, pisarze, a nawet piosenkarze. Na łamach tygodnika pojawiały się teksty m.in.: Leszka Balcerowicza, Czesława Bieleckiego, Stefana Bratkowskiego, Olgierda Budrewicza, Sławomira Cenckiewicza, Małgorzaty Domagalik, Antoniego Dudka, Lecha Falandysza, Andrzeja Grajewskiego, Zygmunta Kałużyńskiego, Leszka Millera, Piotra Moszyńskiego, Tomasza Nałęcza, Piotra Nowiny-Konopki, Tomasza Raczka, Macieja Rybińskiego, Piotra Semki, Jana Stradowskiego, Pawła Śpiewaka, Stanisława Tyma, Lecha Wałęsy, Szewacha Weissa, Bronisława Wildsteina i Marcina Wolskiego. Taki dobór nazwisk gwarantował pismu popularność, mimo że musiano rywalizować z „Polityką”, a od września 2001 r. również z „Newsweek Polska”.

Dlatego też, podobnie jak w nich, tak i we „Wprost” wprowadzano kolejne przeobrażenia. I tak na przykład w numerze 20 (2005) redakcja informowała:

Zmieniliśmy wygląd. Tygodnik „Wprost” ma teraz wyraźnie oddzielone stałe rubryki od tekstów publicystycznych (różnią się kolorystyką i układem graficznym). W renomowanej amerykańskiej firmie kupiliśmy nowe czcionki ze starannie zaprojektowanym krojem liter. Nasz tygodnik stał się nowocześniejszy, łatwiej go czytać⁴².

Najczęstszym przeobrażeniem ulegała w analizowanym okresie rubryka *Menu*, drukowana w ramach działu *Kultura*. Ze względu jednak na temat pracy zmiany te zostaną przedstawione w dalszej jej części.

W ostatnim numerze w 2005 r. redakcja podała wyniki Instytutu Monitorowania Mediów, według których tygodnik „Wprost” był w październiku tego roku najbardziej opiniotwórczym pismem w Polsce, a liczba jego cytowań była niemal tak duża jak ich suma w przypadku dwóch największych konkurentów pisma („Polityki” i „Newsweek Polska”).

W 2007 r., podobnie jak w tygodniku „Polityka”, tak i na łamach „Wprost” świętowano swój jubileusz – w tym przypadku było to 25-lecie istnienia pisma. Z tej okazji wydany został okolicznościowy kalendarz z grafikami Rafała Olbińskiego; ukazało się też wydanie specjalne numeru.

M. Król tak podsumował historię pisma:

Cieszy nas szczególnie powtarzające się w opiniach sympatyków, ale także naszych znacznych krytyków, jedno spostrzeżenie – że pismo ma charakter. W czasach, kiedy nic tak nie poprawia wizerunku, jak brak poglądów, bycie pismem z charakterem to ogromny sukces i zasługa całego zespołu redakcyjnego tygodnika „Wprost”. Wątpiącym przypominam ostrzeżenie Cycerona, że pełzanie nie chroni przed upadkiem, a tygodnik to nie jest studolówka, żeby się wszystkim podobał⁴³.

⁴² [br. aut.], „Wprost” odświeżony, „Wprost” 2005, nr 20, s. 10.

⁴³ M. Król, *Instynkt „Wprost”*, „Wprost” 2007, nr 49, s. [47].

2.3.2. Zawartość, akcje i czytelnicy

Zawartość pisma, mimo zmieniających się działów i rubryk, jest od lat podobna. Tak jak w przypadku większości tytułów z tej grupy, koncentrowała się w trzech blokach tematycznych, obejmujących zagadnienia związane z polityką, gospodarką i kulturą. W analizowanym okresie były one opisywane w następujących działach: *Biznes-Ludzie-Pieniądze*, *Intermedia*, *Kultura, Nauka i Zdrowie*, *Polska, Świat, Życie i Historia*. Do stałych elementów pisma należały również felietony wspomnianych wcześniej współpracowników „Wprost”: Małgorzaty Domagalik, Zygmunta Kałużyńskiego, Tomasza Raczkę, Piotra Moszyńskiego, Macieja Rybińskiego, Krzysztofa Skiby, Marka Skwarnickiego, Bronisława Wildsteina i Wacława Wilczyńskiego.

Jak już wcześniej zaznaczono, na łamach „Wprost” interesowano się w dużym stopniu rozwojem Internetu i nowościami technologicznymi. Stąd na jego zawartość składał się rozbudowany dział *Intermedia*⁴⁴, w którym informowano czytelników o rozwoju nowych mediów i o tym, jakie dają one możliwości w odniesieniu m.in. do prasy⁴⁵. W dziale pojawiały się rubryki o znamienych tytułach, na przykład *Innowacje*, *Intermożliwości*, *Przegląd intermediów*. W ramach *Wszechnicy wiedzy wszelakiej* proponowano czytelnikom skorzystanie z interesujących stron internetowych, w sposób przystępny wyjaśniano zasady działania nowoczesnych urządzeń teleinformatycznych, opisywano najważniejsze, najbardziej popularne albo po prostu ciekawe portale i serwisy, recenzowano również pierwsze wydawnictwa multimedialne.

Stopniowo powstawało systematycznie rozbudowywane internetowe imperium „Wprost”. Takie działania wyraźnie wskazywały na to, że redakcja pragnie przyciągnąć młodsze pokolenie czytelników. Służyły temu na przykład wspomniane wcześniej spotkania w wirtualnym świecie *Cafe Wprost*. Wytyczonemu celowi sprzyjały liczne patronaty pisma nad imprezami i konkursami, związanymi z nowymi mediami. Od 2001 r. w tygodniku przyznawano *Certyfikat Telekomunikacyjny Wprost*. Była to, zainicjowana przy okazji targów Komputer Expo, nagroda za najciekawsze i najbardziej innowacyjne rozwiązania teleinformatyczne⁴⁶. Redakcja wybierała grupę urządzeń, które jej zdaniem były najbardziej nowatorskie, a czytelnicy mieli

⁴⁴ Od numeru 50 (2002) zmieniono jego nazwę na *Życie i Intermedia*. Od numeru 24 (2005) zrezygnowano z tej części pisma, ograniczając się odtąd do zamieszczania adresu witryny (www.wprost.pl).

⁴⁵ Podkreślano np., że dzięki interaktywnym możliwościom Internetu tradycyjna gazeta może stanowić nie tylko źródło informacji, ale stać się może również ciekawą formą rozrywki.

⁴⁶ Pierwsza informacja na ten temat pojawiła się w styczniu 2001 r. Zob. „Wprost” 2001, nr 3, s. 43.

głosować na wybrane przez siebie, a wcześniej charakteryzowane w poszczególnych numerach tygodnika⁴⁷, najciekawsze produkty.

Innym konkursem były *Złote Strony Wprost*. Czytelnicy i internauci wskazywali stronę, którą uznali za najciekawszą i SMS-em wysyłali jej adres na podany przez redakcję numer telefonu. Spośród zgłoszonych propozycji raz w tygodniu wybierana była przez dziennikarzy prowadzących *Wprost On-line* najlepsza strona, a jej adres wraz z kopią i krótką charakterystyką drukowany był w kolejnym numerze pisma, stanowiąc jej reklamę. Oceniana była zawartość treściowa zgłoszonej strony, jej walory użytkowe, poznawcze i edukacyjne. Nie bez znaczenia była jej estetyka, premiowano też oryginalną grafikę. Nagrody (możliwość zamieszczenia na nagrodzonej stronie logo *Złotej Strony Wprost*, a także prawo do bezpłatnego korzystania z danych serwisu stat24.pl.) przyznawane były także w cyklu miesięcznym i rocznym. Laureaci *Złotej Strony Miesiąca* mieli prawo do nagrody w postaci kwartalnej prenumeraty tygodnika „Wprost”, a zwycięzcy Rocznej Nagrody do półrocznej subskrypcji pisma.

Jednak warto przypomnieć, że w periodyku, poza nowatorskimi pomysłami, będącymi odpowiedzią na współczesne oczekiwania młodszych odbiorców, zachowano także tradycję swych wcześniejszych konkursów i nagród.

Do najstarszych należała zainicjowana w 1990 r. Nagroda Kisiela. Początkowo przyznawał ją sam S. Kisielewski „stawiając na ludzi >nienormalnych<, którzy na przekór warunkom odnieśli sukcesy w polityce, gospodarce lub publicystyce”⁴⁸. Po jego śmierci zadanie to przejęła specjalna Kapituła, składająca się z wszystkich dotychczasowych laureatów i gościa honorowego, Jerzego Kisielewskiego oraz M. Króla. Jak pisała redakcja: „Nagrody Kisiela stały się strażnikiem higieny polskiego życia publicznego, w którym jest miejsce na więcej niż kilka jedynie słusznych wizji rzeczywistości”⁴⁹. Zwycięzcami zostawały osoby, które zdaniem Kapituły mogły poszczycić się szczególnymi osiągnięciami w reprezentowanych przez siebie dziedzinach (polityce, publicystyce, biznesie)⁵⁰. Pierwszymi laureatami byli m.in. Stefan Bratkowski, Józef Kuśmierk, Janusz Korwin-Mikke, Mieczysław Wilczek,

⁴⁷ Zob. np. K. Król, *Certyfikat Wprost 2001*, „Wprost” 2001, nr 4, s. 48–49.

⁴⁸ A. Filas, *Realny kisielizm*, „Wprost” 2001, nr 46, s. 24.

⁴⁹ G. Pawelczyk, *Triada Kisiela*, „Wprost” 2002, nr 46, s. 22.

⁵⁰ Jakkolwiek cezura czasowa pracy kończy się na 2005 r., warto jednak wiedzieć, że nagrody za rok 2007 i 2008 nie zostały przyznane. Powodem był sprzeciw 25 członków, wchodzących w skład Kapituły. Ich zdaniem poziom pewnych publikacji „Wprost” oraz zaangażowanie pisma nie pozwala na kontynuowanie idei Nagrody w jej dotychczasowej postaci. Część osób wysunęła propozycję powołania niezależnej fundacji. Została ona założona jako Fundacja Kisiela w 2008 r., a na jej czele stanął syn S. Kisielewskiego, J. Kisielewski.

Wacław Wilczyński (lista laureatów, zob. Aneks 10. Laureaci Nagród Kisiela, lata 2001–2005).

Kolejnym wyróżnieniem, nadawanym w tygodniku był tytuł *Człowieka Roku*, przyznawany od 1991 r.⁵¹ osobie, która „w sposób pozytywny, godny powszechnego uwielbienia lub skrajnie negatywny, wręcz krwawy”⁵² odcisnęła swe piętno na otaczającej ją rzeczywistości. Pierwszym finalistą był L. Balcerowicz (lista laureatów – zob. Aneks 11. Człowiek Roku tygodnika „Wprost” w latach 2001–2005).

Przeciwnieństwem dla tytułu Człowieka Roku stała się Nagroda Złamanego Grosza im. Hilarego Minca, przyznawana od 2001 r. Już sam wybór patrona nagrody wskazywał na jej charakter⁵³. Otrzymywali ją ci, którzy, zdaniem jury, w największym stopniu zaszkośli polskiej gospodarce, albo ci, którzy byli pomysłodawcami najbardziej paradoksalnych i szkodliwych inicjatyw w tej dziedzinie⁵⁴. Pierwszymi laureatami tej niechlubnej nagrody zostali Marek Dyduch, Marian Krzaklewski oraz Leszek Miller⁵⁵.

W 2004 r. „Wprost” wspólnie z dwutygodnikiem „BusinessWeek” przyznało *Portfele Roku*: bankom za najlepsze kredyty i firmom, które w danym roku rozwijały się najbardziej dynamicznie i zaskoczyły rynek nowymi inicjatywami. W roku następnym ponownie nadano te wyróżnienia.

Warto wspomnieć także o rankingach, przygotowywanych przez pismo. Najstarszym była *Lista 100 najbogatszych Polaków*, zaprezentowana po raz pierwszy na łamach „Wprost” w 1990 r. We wrześniowym numerze pojawiło się wówczas skromne zestawienie 25 najbogatszych Polaków⁵⁶. Pełna lista dołączana była w postaci oddzielnej wkładki do głównego wydania tygodnika. Wzorując się na magazynach „EuroBusiness” i „Forbes”, przygotowujących podobne zestawienia, redakcja „Wprost”, szacując fortuny najbogatszych Polaków, zastosowała podobne metody. Do kandydatów *Listy* wysyłano kwestionariusze z prośbą o podanie informacji dotyczących posiadanych udziałów lub akcji oraz przychodów w danym roku. Majątek kandydata określano również według innych wskaźników, np. porównywano wartość przedsiębiorstw, które działały w tym samym sektorze gospo-

⁵¹ Pomysłodawcą tego wyróżnienia jest redakcja tygodnika „Time”, która nadaje ten tytuł od 1927 r.

⁵² M. Zieleniewski, *Lęk wysokości*, „Wprost” 2001, nr 1, s. 3.

⁵³ Hilary Minc (1905–1974) – działacz komunistyczny, w pierwszych powojennych rządach minister przemysłu i handlu, w latach 1948–1954 przewodniczący Państwowej Komisji Planowania Gospodarczego; współodpowiedzialny za wprowadzenie modelu gospodarki, opartego na wzorach sowieckich.

⁵⁴ Więcej, zob. M. Cielemecki, M. Zieliński, współpraca K. Trębski, *Nagroda Złamanego Grosza*, „Wprost” 2001, nr 37, s. 34–37.

⁵⁵ <http://wprost.com.pl/ar/11228/Rynek-praca-wlasnosc/?I=984>, wrzesień 2009.

⁵⁶ Zob. P. Gabryel, *25 najbogatszych Polaków*, „Wprost” 1990, nr 36, s. [7].

darczym i wybierano najwyższą, a wartość nieruchomości posiadanych przez daną osobę określano na podstawie średnich cen, obowiązujących w regionie⁵⁷.

Kolejnym zestawieniem była zainicjowana cztery lata później (w 1994 roku) akcja *Złote Indeksy*. Przyznawane były one corocznie najlepszym polskim uczelniom, tworząc tym samym ich ranking, „najwszechstronniejszy, najbardziej obiektywny oraz najbardziej przydatny maturzystom i studentom”⁵⁸, przewodnik „po dobrej edukacji”⁵⁹.

Podobną tematykę prezentowano w kolejnym zestawieniu, przygotowywanym w tygodniku. Był to *Ranking szkół wyższych*, drukowany od 1994 r., również jako samoistny, bezpłatny dodatek do wybranego numeru pisma⁶⁰. W zestawieniu brano pod uwagę zarówno szkoły publiczne, jak i niepaństwowe, charakteryzowano ich wydziały, kierunki, określano jakość kształcenia i rynkową wartość dyplomu każdej z nich.

W badanym okresie na łamach „Wprost” przygotowywano również ranking najlepszych szpitali w Polsce, prezentując placówki legitymujące się najlepszymi efektami w leczeniu określonych schorzeń oraz zapewniające jednocześnie najlepszą opiekę medyczną. Wybór szpitali następował na podstawie wyników ankiet, wypełnionych przez poszczególne placówki.

Interesującym pomysłem był także konkurs, współorganizowany przez tygodnik wraz z Ambasadą USA w Polsce, adresowany do młodych dziennikarzy. Po raz pierwszy został on zorganizowany w 1999 r. Odtąd corocznie prezentowano hasło przewodnie, będące jednocześnie tematem pracy konkursowej. Ze względu na kompozycję rozprawy inicjatywa ta zostanie omówiona w dalszej części rozdziału.

W październiku 2005 r. tygodnik przejął od „Polityki” rolę patrona medialnego w Klubie Pod Jaszczurami. Od tego czasu to właśnie „Wprost” stało się organizatorem tamtejszych spotkań z wybitnymi osobami życia publicznego. Jedną z pierwszych imprez tego typu była promocja książki *Ukraina na zakręcie. Drogi i bezdroża pomarańczowej rewolucji* (Jerzy Marek Nowakowski, Juliusz Urbanowicz, Agnieszka Korniejenko, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2005).⁶¹

W analizowanym okresie w tygodniku organizowano bądź patronowano również innym, cyklicznie organizowanym akcjom, na przykład *Piknikowi Naukowemu* czy *Konfrontacjom Naukowym*. Współpracowano także z in-

⁵⁷ Więcej, zob. M. Cielemecki, *Jak wycenialiśmy*, „Wprost” 100 najbogatszych Polaków. Bezpłatny dodatek do numeru 25/2002, s. 4.

⁵⁸ R. Kamiński, *Złote indeksy*, „Wprost” 2001, nr 21, s. 32.

⁵⁹ W. Sumliński, *Akademia konkurencji*, „Wprost” 2004, nr 19, s. 36.

⁶⁰ Zob. np. *Ranking szkół wyższych*. Bezpłatny dodatek do numeru 20 (2001).

⁶¹ [br. aut.], *Rozdroża Ukrainy*, „Wprost” 2005, nr 43, s. 98.

nymi mediami: z Programem 3 Polskiego Radia, Programem 1 Polskiej Telewizji, Telewizją TVN.

Wszystkie te działania redakcji „Wprost” spowodowały, że (jak wskazywały wielokrotnie organizowane ankiety, a także ogólnopolskie badania czytelnictwa) docelowa grupa odbiorców pisma zbliżona jest do czytelników jego głównego konkurenta, „Polityki”, choć audytorium „Wprost” stanowią ludzie nieco młodsi (ponad połowa z nich nie przekroczyła jeszcze 45. roku życia), mieszkańcy dużych miast, o poglądach liberalnych i centroprawicowych.

Dowód na stabilną i uznaną pozycję tygodnika na rynku prasowym stanowią nagrody zarówno dla samego tytułu, jego wydawcy, dziennikarzy i współpracowników, jak i akcji, inicjowanych bądź wspieranych przez periodyk.

I tak na przykład, w 2002 r. Michał Zieliński otrzymał nagrodę *Ostrego Pióra*, rok później Aleksander Kwaśniewski wręczył redakcji dyplom za wspieranie akcji wyposażenia szkół w sprzęt komputerowy. W tym samym roku (2003) „Wprost” zostało nagrodzone w konkursie na Okładkę Roku w kategorii Czasopisma opinii, organizowanym przez Izbę Wydawców Prasy, w 2004 r. tygodnik otrzymał laur za wspieranie inicjatyw Stowarzyszenia Willa Decjusza. W 2005 r. B. Wildsteina, jako publicystę „Wprost”, wyróżniono nagrodą dziennikarską im. Mieczysława i Ksawerego Pruszyńskich.

Historia „Wprost” doprowadziła w 2005 r. tygodnik do czołowego miejsca w grupie polskich pism opinii. Jak stwierdził jego wieloletni redaktor naczelny:

Kondycja „Wprost”, mimo licznych ataków, jest wspaniała. Świadczą o tym nie tylko doskonałe wyniki ekonomiczne [...], ale wysoka, nieustannie wzrastająca sprzedaż pisma, które od kilku lat jest największym polskim tygodnikiem informacyjnym. [...] Nie warto żyć przeszłością, lecz warto żyć z przeszłością, także w przyszłości. Rok 1989, a zwłaszcza 1991, czyli lata upadku tzw. realnego socjalizmu w Polsce i rozpoczęcia reform wolnorynkowych pod przewodnictwem Leszka Balcerowicza, stworzyły tygodnikowi „Wprost” niepowtarzalną szansę, którą – jak sądzę – wykorzystaliśmy optymalnie⁶².

2.3.3. *Czytam, więc jestem*⁶³: książka na łamach pisma

Obok dominującej na łamach „Wprost” tematyki, związanej z polityką i gospodarką, w badanym okresie zamieszczano także informacje dotyczące szeroko pojętej kultury. Objętość tekstów z nią związanych wahała się od

⁶² M. Król, *Reguła „Wprost”*, „Wprost” 1998, nr 3, s. 3.

⁶³ Tytuł publikacji Ł. Radwana i W. Chelminiaka, zob. „Wprost” 2003, nr 16, s. 112–[115].

kilkudzaniowych wzmianek, poprzez nieco dłuższe doniesienia, a kończąc na całostronicowych komentarzach i refleksjach.

Informacje, dotyczące książki, teatru, kina oraz muzyki, drukowane były przede wszystkim na ostatnich stronach pisma i zawierały się w dziale *Kultura*, anonsowanym rubryką *Menu*. Obok recenzji książek pojawiały się tu omówienia filmów, spektakli, wystaw i koncertów. W tym miejscu czytelnik mógł odnaleźć również zapowiedzi imprez kulturalnych, premier zarówno książek, jak i płyt z muzyką czy filmem. Drukowano tu także krótkie relacje z już odbytych spotkań, listy bestsellerów, teksty komentujące kondycję literatury polskiej i obcej, sztuki współczesnej, teatru i kina.

Informacje związane z książką pojawiały się też na innych stronach pisma. Poza wspomnianą *Kulturą*, czytelnik mógł je odnaleźć również m.in. w następujących działach: *Biznes-Ludzie-Pieniądze*, *Historia*, *Nauka i Zdrowie*, *Świat*, *Życie i Intermedia*. Czasem przybierały one postać felietonów M. Domagalik (*Druga płęć*) czy T. Raczką (*Ekran osobisty*).

Analiza tygodnika pozwoliła wyodrębnić następujące formy obecności literatury i informacji o niej wraz z ich liczbą w poszczególnych latach⁶⁴ (tabela 14).

Tabela 14. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje	725
Wywiady	46
Reklamy książek	573
Sylwetki/portrety	68
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego	240
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje	136
Konkursy i akcje	35
Listy bestsellerów	181
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	51
Inne ^a	288
Ogółem	2 343

^a W tym przypadku uwzględniono krótkie zazwyczaj informacje, dotyczące wydarzeń i ludzi związanych ze światem książki (np. wzmianki o spotkaniach z autorami, notki o jubileuszach twórców itd.)

Źródło: badania własne.

⁶⁴ Podobnie jak w przypadku tygodnika „Polityka” przyjęto kolejność podawania poszczególnych kategorii według kolejności ich omawiania.

W sumie w badanym okresie pojawiło się na łamach „Wprost” 2343 informacji bezpośrednio lub pośrednio związanych z książką. Zwraca jednak uwagę niefrasobliwe, niekonsekwentne, by nie powiedzieć nieprofesjonalne, podejście do przygotowania ich od strony formalnej. Widoczna była niekonsekwencja w doborze elementów, składających się na daną informację. Często brak było podstawowych danych bibliograficznych, które powinny ją uzupełniać. I tak na przykład przy omawianiu książki nierzadko ograniczano się do podania jej autora i tytułu, z pominięciem nazwy wydawcy, miejsca i roku wydania. Teksty bywały anonimowe albo podpisane tylko inicjałami. Szczególnie widoczne było to w roczniku 2002, kiedy redakcja najwyraźniej nie mogła zdecydować się na formę graficzną periodyku. Brak nagłówek, nieprecyzyjne określenie rubryk wprowadzały chaos, który opanowano dopiero na przełomie 2003 i 2004 r.

2.3.3.1. *Celna lektura*⁶⁵: miejsce recenzji w układzie pisma

W latach 2001–2005 na łamach „Wprost” pojawiło się w sumie 725 recenzji książek⁶⁶. W tabeli 15 zaprezentowano dokładną liczbę omówień w każdym roku.

Tabela 15. Recenzje zamieszczane na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji ogółem
2001	84
2002	75
2003	96
2004	277
2005	193
Ogółem	725

Źródło: badania własne.

Zauważamy tendencję rosnącą: najmniej recenzji znalazło się na początku badanego okresu w 2001 i 2002 r., ich apogeum nastąpiło w roku 2004, zaś rok zamykający analizę badawczą prezentowanej pracy charakteryzuje się ponownie mniejszą liczbą omówień.

⁶⁵ Tytuł recenzji. Zob. „Wprost” 2004, nr 41, s. 12.

⁶⁶ W tej grupie znalazły się również: komiksy (24 razy), albumy (17-krotnie), encyklopedie (5 razy), słowniki (sześciokrotnie), atlasy (4 razy), przewodniki (2 razy) i poradnik (raz). Warto zaznaczyć, że obok największej grupy omówień, dotyczących książek, pojawiały się także adnotacje odnoszące się do wybranych numerów czasopism oraz wystaw fotografii znanych artystów czy filmów. Ze względu na temat pracy ograniczono się w niej do prezentacji recenzji książek, ich ekranizacji bądź inscenizacji znanych dramatów.

Zamieszczano je w całym piśmie. Najwięcej znalazło się ich w dziale *Kultura*, chociaż, jak już wcześniej wspomniano, pojawiały się one także w innych miejscach periodyku⁶⁷. W tabeli 16 przedstawiono ich liczbę wraz z lokalizacją w tygodniku.

Tabela 16. Recenzje w poszczególnych działach i rubrykach „Wprost” w latach 2001–2005

Rok	Razem	W specjalnych rubrykach, poświęconych na recenzję książki ^a	W dziale <i>Kultura</i> , poza specjalnymi rubrykami, poświęconymi książce ^b	W innych miejscach w piśmie ^c
2001	84	38	25	21
2002	75	57	9	9
2003	96	73	16	7
2004	277	211	38	28
2005	193	149	22	22
Ogółem	725	528	110	87

^a Czyli rubrykach recenzyjnych, specjalnie poświęconych omówieniu książek. W przypadku tygodnika „Wprost” były trzy takie rubryki: jedna (*Od hitu do kitu*) znajdowała się w dziale *Biznes-Ludzie-Pieniądze* i dwie, drukowane w dziale *Kultura* (*Menu Książki* oraz *Sława i chała* → *Recenzje*). W analizowanym okresie kilkakrotnie zmieniały one swoją formę, nie każda z nich była obecna przez cały badany okres. Zostaną one dokładnie przedstawione w dalszej części rozdziału. Należy jednak już w tym miejscu zaznaczyć, że w rubryce *Sława i chała*, obok omówień książek, pojawiały się również recenzje filmów, wystaw i spektakli.

^b Do działu tego, ze względu na charakter zamieszczanych w nim informacji, zaliczono również poprzedzające go *Menu*, bez omówień znajdujących się w specjalnej rubryce.

^c Szczegółowe określenie innych działów i rubryk, zob. tabela 17.

Źródło: badania własne.

Jak wynika z tabeli 16, najwięcej recenzji pojawiło się w ramach rubryk recenzyjnych, poświęconych omówieniom książek. Na drugim miejscu znalazły się pozostałe rubryki działu *Kultura*, chociaż warto zauważyć, że dwukrotnie liczba recenzji była taka sama tu, jak i poza tym działem (w 2002 i 2005 r.).

⁶⁷ Należy zaznaczyć, że niezwykle trudno było zaklasyfikować zebrany materiał do jasno sprecyzowanych kategorii, a następnie określić prawidłowości związane z ich przynależnością do poszczególnych rubryk. Kolejną trudność stanowił problem dotyczący samych rubryk. Te bowiem, które można byłoby nazwać typowo recenzyjnymi, podlegały częstym przemianom: zmianie zaś ulegała nie tylko ich nazwa, ale sam fakt ich istnienia: pojawiały się nagle, bez żadnej zapowiedzi ze strony redakcji, drukowane były w kilku kolejnych numerach, a następnie, bez informacji o tym, znikwały. Niestety, niefrasobliwe podejście redakcji do precyzyjnego określania charakteru zamieszczanych informacji, a także częste zmiany tytułów poszczególnych rubryk, powodowało, że trudno jest jednoznacznie zaklasyfikować daną wzmiankę do określonego rodzaju informacji. Stąd za typowo recenzyjne uznano te rubryki (lub strony w periodyku), które w tytule dokładnie określały swą zawartość.

Niezależnie jednak od lokalizacji omówień, w przeważającej większości brakowało w nich podstawowych danych bibliograficznych. Jakby mimochodem podawano w treści recenzji autora i tytuł książki, ale zazwyczaj to było wszystko, na co mógł liczyć czytelnik. Być może redakcja doszła do wniosku, że wystarczy zamieścić obok recenzji kopię okładki prezentowanej książki, by zaspokoić ciekawość czytelnika w tym względzie. Jednak małe, nieostre zdjęcia, nie spełniały swego zadania. Z trudem można było z nich odczytać tytuł książki, nazwisko jej autora, zaś nazwy wydawcy odbiorca w najlepszym razie mógł się jedynie domyślić. Na 725 recenzji zaledwie w 362 przypadkach podano edytora, jedynie w 46 miejsce wydania, a tylko 147 razy rok ukazania się publikacji. W przypadku prezentacji książek autorów obcych ani razu nie przywołano nazwiska tłumacza.

Przez pierwsze badane lata recenzje bywały przeważnie anonimowe, choć wyjątek pod tym względem stanowiła rubryka *Od hitu do kitu*, którą drukowano w ramach działu *Biznes-Ludzie-Pieniądze*, gdzie przedstawiano książki związane z tą właśnie problematyką. Ale i w tym przypadku recenzent skromnie ograniczał się do podania swoich inicjałów, sądząc (być może), że jest dostatecznie znany adresatowi „Wprost”, by ten bez trudu je rozszyfrował.

Warto zauważyć, że najgorzej pod tym względem prezentował się dział, który z założenia stanowił odpowiednie miejsce dla recenzji i gdzie pojawiało się ich najwięcej, czyli... *Kultura*. Jego forma graficzna zmieniała się często, co, być może, było efektem równie częstych zmian w grupie osób, które przygotowywały informacje kulturalne. Do numeru 7 w 2001 r. w stopce redakcyjnej pojawiały się nazwiska Wiesława Kota i Doroty Szwarzman, w kolejnych numerach odnaleźć można Jacka Borowskiego, Tomasza Cichonia, Justynę Kobus i Helenę Zaworską jako osoby odpowiedzialne za omawiany dział. W następnym roku pojawił się Wiesław Chełmiński, Jacek Melchior i Tomasz Raczek, a w kolejnych latach Łukasz Radwan, Jerzy Rzewuski, Marta Sawicka i Kamil Śmiałkowski. Dopiero od numeru 44 (2002) określony został kierownik działu, a był nim W. Chełmiński.

Tak częste zmiany wpływały prawdopodobnie na to, że dział, poza tym, że ewoluował wraz z całym tygodnikiem, zmieniał się dodatkowo przy okazji zmian personalnych.

Na początku badanego okresu, w 2001 r., strona, na której recenzowano książki, przedstawiała się bardzo skromnie. Stanowiła jeden z elementów *Menu*: jedno- lub dwustronicowego wprowadzenia w świat kultury, prezentowanej na łamach „Wprost”. Kilka, rzadziej kilkanaście, zdań, składających się na zwięzłe streszczenie prezentowanej lektury, znajdowało się w rubryce zatytułowanej *Książka*⁶⁸. Obok pojawiały się podobne pod względem objętości informacje, dotyczące bądź to wydanej właśnie płyty, bądź

⁶⁸ W przypadku omówienia dwóch tytułów w ramach tej rubryki, nosiła ona tytuł *Książki*.

organizowanej wystawy, bądź też premiery filmowej lub teatralnej, noszące adekwatne do treści tytuły. Na zdjęciach 20 i 21 przedstawiono wybrane przykłady interesującej nas rubryki.

Ta forma pojawiła się w 28 numerach roku 2001. Jedynym dodatkowym elementem recenzji była kopia okładki omawianej książki.

The image shows a collage of magazine content from 'Wprost' (2001, nr 2, s. 103). It includes:

- Books section:** A review of 'The Master and Margarita' by Mikhail Bulgakov, translated by Jerzy Kłopotowski. The text discusses the novel's significance and the translator's work.
- Ranking section:** A list titled 'RANKING WPROST' and 'GAPiK' showing a list of books and their authors.
- Books section (continued):** A review of 'The Master and Margarita' by Jerzy Kłopotowski, discussing the novel's significance and the translator's work.
- Books section (continued):** A review of 'The Master and Margarita' by Jerzy Kłopotowski, discussing the novel's significance and the translator's work.
- Advertisement:** A large advertisement for the 'MIEDZYNARODOWY KONKURS DYRYGENCKI THE MAAZEL/VILAR CONDUCTORS COMPETITION' in Kraków, 17-19 stycznia 2002. It features the names of the organizers, Jerzy Kłopotowski and Andrzej Chybiński, and the website www.krakow2000.pl.

Zdjęcie 20. Strona recenzyjna na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 2, s. [103]



Zdjęcie 21. Strona recenzyjna na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 11, s. 108

Dwie kolejne zmiany, głównie o charakterze graficznym, nastąpiły kolejno: od numeru 15 (2002) i od 24 (2003) – zdjęcia 22–24.

Choć *Menu* zwiększyło swoją objętość: z 2 do 4 stron⁶⁹, to jednak w odniesieniu do recenzji książek zmiany miały charakter jedynie graficzny. Omówienia nadal przyjmowały postać stosunkowo krótkich adnotacji treściowych, w większości nie podpisanych. Dane bibliograficzne w dalszym ciągu ograniczono do tytułu i autora książki, z kopią okładki jako jedynym elementem dodatkowym. Poza tym wydaje się, że w tym okresie prezentowana rubryka stała się mniej czytelna w porównaniu z wcześniej proponowaną.

⁶⁹ Była to jednak zmiana niekonsekwentna, nie przestrzegana w każdym numerze.

BESTSELLERY I PREMIERY

BERLIN

Książki

1. **Gabriel Byrne** „Barbora, ręką”
2. **John Grisham** „Sędzia”
3. **Janessa K. Rowling** „Harry Potter i więzień Azkabanu”
4. **Janessa K. Rowling** „Harry Potter i kłosa ognia”
5. **Janessa K. Rowling** „Harry Potter i kolumna tajemnic”
6. **Janessa K. Rowling** „Harry Potter i kamień tajemnic”
7. **John Irving** „Czwarta ręką”
8. **Christa Wolf** „Liedźwież”
9. **Shelby Steele** „Rozdzielanie”
10. **Stephen King** „Book”

Muzyka

1. **Whitney Houston** „Shakti”
2. **Enya** „A Day Without Rain”
3. **The Verve** „Urban Hymns”
4. **Michael Stipe** „Lullaby for the Devil”

FILMY

1. „Eryk i bohaterowie” (animacja)
2. „Niedźwież” (dwa dni w Berlinie)

FILMY

1. „Spy Glass” (dramat)
2. „Kardinalska żona” – „Zawieszka” (dramat)
3. „The Time Machine” (animacja)
4. „Płynny świat” (dramat)
5. „A New Day Has Come” „Celine Dion” (dramat)
6. „Was nicht pass, wird passiert gemacht” (dramat)
7. „Joy Touchstone” (dramat)
8. „Złota ręką” (dramat)

Książka

Romaniczny Alkon
Zygmunta Kubickiego przegonił sam o smutku grekowi i rozpadającej się rodzinie „Enya” i „Whitney” w „A Day Without Rain” i „Urban Hymns”. Strach odcisnął wstąpił angielskich romantyków. Zaczyna z gatunku burleskowy, ale przebiegał przegonił jej zrodził, że nie idzie na łatwizny. Wśród bohaterów „młodym antologii” brakuje królki Brytania. Ciekawym wątkiem jest William Blake, Samuel Coleridge. Powieści Shirley (złota ręką) wyznacza Frankfort, John Keats, William Wordsworth i inni. Wzrost powieści „Złota ręką” to literatura nie tylko dla pokolenia (młodzi/boksi).

PARYŻ

Książki

Prezenty

1. **Anna Gavalda** „Je T'aime”
2. **Delphine Luze** „Rozdzielanie”
3. **Stephen King** „Dziękuję ci”

Empy, dokumenty, reportaże

1. **Eric Kohnen** „Niedźwież i bohaterowie”
2. **Lionel Jospin** „Czas na odprawę”
3. **Philippe Alexandre, Béatrice de Chaboud** „Dziękuję ci”

Wystawy

1. „Rozdzielanie” w Muzeum Sztuki w Paryżu
2. „Niedźwież” w Muzeum Sztuki w Paryżu

Spektakle

1. „La Poudre du diable” – spektakl w Muzeum Sztuki w Paryżu

RANKING

wprost i **EMPIK**

Muzyka

1. **Anna Maria Jopek** „Niedźwież”
2. **Golec uOrkiestra** „Kłosa ognia”
3. **Cyryl Górecki** „Płynny świat”
4. **Muzyka Słowiańska** „Złota ręką”
5. **Golec** „Niedźwież”
6. **Anna Maria Jopek** „Kłosa ognia”
7. **Lionel Jospin** „Czas na odprawę”
8. **Celine Dion** „A New Day Has Come”
9. **Shakti** „Was nicht pass, wird passiert gemacht”
10. **Muzyka Słowiańska** „Złota ręką”

Lista rankingowa aktualizowana co tydzień w sobotę (19.06.2002) o godz. 18.00

www.wprost.com • www.empik.pl

© 2002 WPROST Sp. z o.o. Wszelkie prawa zastrzeżone. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Zdjęcie 22. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”
„Wprost” 2002, nr 14, s. 101



Zdjęcie 24. Strona recenzyjna na łamach „Wprost” „Wprost” 2003, nr 27, s. 97

Ważną zmianą w 2003 r. było dołączenie do samotnej dotąd rubryki (drukowanej w ramach *Menu*) *Książka* recenzji, która odtąd pojawiała się na kolejnych stronach pisma, choć nadal w tym samym dziale. Nowa propozycja otrzymała jednoznacznie brzmiący tytuł *Stawa i chała*⁷⁰. Po raz pierwszy znalazła się ona w numerze 44 (2003)⁷¹. Na stronie jej poświęconej za-

⁷⁰ Można się domyślać, że była to świadoma parafraza tytułu jednej z książek J. Iwaszkiewicza.

⁷¹ Czytelnicy zetknęli się już z podobnym pomysłem w 2001 r., ale wówczas rubryka ta odnosiła się do innych wydarzeń kulturalnych – w numerze 51/52 była to recenzja dwóch filmów. Zob. „Wprost” 2001, nr 51/52, s. 125.

mieszczano krótkie opisy zarówno książek, jak i filmów, spektakli teatralnych i wystaw (z odpowiednimi podtytułami: *Film, Książki, Teatr, Wystawa*). Po raz pierwszy zaprezentowała się w taki sposób w numerze 44 (2003) – zdjęcie 25.



Zdjęcie 25. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”
„Wprost” 2003, nr 44, s. 114

Sława i chała miała zatem podobny charakter jak *Menu*, ale w przypadku nowej strony recenzyjnej omówienia były nieco dłuższe, podpisywane, a nawet (w większości) zawierały, umieszczone na końcu prezentacji określonego tytułu, dane bibliograficzne. Były one niepełne, ale przynajmniej recenzent dbał o to, by podać obok autora i tytułu także nazwę wydawcy i rok wydania przedstawianej książki. Strona, dzięki mniejszej liczbie informacji, była bardziej czytelna.

Kolejne zmiany nastąpiły w 2004 r. i dotyczyły obydwu omawianych rubryk. *Menu* ponownie zmieniło szatę graficzną i od tej pory przeważnie ograniczało się do dwóch stron. Przykładowa rubryka recenzyjna, nadal o tym samym, nieskomplikowanym tytule, *Książka*, w odświeżonej formie wyglądała tak, jak na przykład na zdjęciu 26.



Zdjęcie 26. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”
„Wprost” 2004, nr 29, s. 87

Natomiast druga z recenzyjnych propozycji, *Sława i chała*, została zastąpiona podobnymi w swej formie *Recenzjami*. Miały one podobnie jak w poprzednich przypadkach charakter swego rodzaju kroniki wydarzeń kulturalnych. Dodatkowym elementem stały się symbole graficzne, które w założeniu miały oddawać odczucia recenzenta, związane z opisywanym wydarzeniem. Jednak nie wyjaśniono ich znaczenia, wychodząc prawdopodobnie z założenia, że są one dla odbiorcy wystarczająco czytelne. Być może stwierdzono także, że nie warto zajmować się ich wyjaśnianiem w sytuacji, gdy nie sięgano po nie za każdym razem. Brak konsekwencji dawał się

bowiem zauważyć i w tym przypadku, a czytelnik kupując kolejny numer pisma nie mógł być pewien, czy je odnajdzie. Niemniej jednak, jak można się było domyślać, pięć gwiazdek przy omawianej propozycji oznaczało, że przedstawiana książka, film, spektakl lub płyta zasługują na uwagę czytelnika, natomiast jedna, że nie warto im poświęcać czasu. Po raz pierwszy czytelnik poznał tę odświeżoną stronę w numerze 44 (2004) – zdjęcie 27.



Zdjęcie 27. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”
„Wprost” 2004, nr 44, s. 109.

Recenzje tu zamieszczane, szczególnie te odnoszące się do książek, były w porównaniu z dotychczasowymi nieco dłuższe, dane (dzięki wyraźniejszemu i większemu zdjęciom okładek prezentowanych książek) były bardziej

czytelne, ale i w tych omówieniach nadal brak było pozostałych elementów składających się na pełny adres bibliograficzny.

Od numeru 20 (2005) zmieniła się częściowo grafika *Menu*, a od numeru 26 (2005) *Recenzje* stały się odrębną rubryką, choć nadal drukowaną w dziale *Kultura*. Do końca badanego okresu grafika obydwu rubryk wyglądała następująco – zdjęcia 28 i 29.



Zdjęcie 28. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”
„Wprost” 2005, nr 32, s. 93

(RECENZJE)

Intensywny i chwytliwy, wnikliwy i abstrakcyjny, ten tomik nie jest zwykłym zbiorem esejów, lecz dziełem sztuki. Jego autor, John McCarroll, jest jednym z najlepszych pisarzy amerykańskich, a jego styl jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej.

John A. McCarroll
The Dubliner, „Jack Normal” (Dziennik)



Prywatna wojna

Film pokazujący, jak korporacja walczy z samowolną brzołą armią terrorystyczną, był sensacyjnym i niewiarygodnym przedstawieniem. Ale i tu DCC otrzymał ten sam jak nigdy dotąd satysfakcjonujący i niepokojący rezultat. Zawsze obracał się w tym samym kierunku do tematu. Ale nigdy nie był tak niepokojący jak teraz. Dzięki temu czarna komedia „Praca się z innymi” jest jednym z najlepszych filmów w historii. Dla każdego, kto chce zobaczyć, jak to wygląda, jest to najlepszy film w historii. Dla każdego, kto chce zobaczyć, jak to wygląda, jest to najlepszy film w historii.

John A. McCarroll
„Złoty wiek” (Dziennik)

Nowoczesne retro

Współczesny powieściopisarz to autor, który nie tylko tworzy powieści, ale także jest jednym z najlepszych pisarzy amerykańskich. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej.

John A. McCarroll
„Złoty wiek” (Dziennik)



Pisanie do redagowania

„Pisanie do redagowania” to jedna z najlepszych powieści w historii literatury amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej.

John A. McCarroll
„Złoty wiek” (Dziennik)

Pisanie do redagowania

„Pisanie do redagowania” to jedna z najlepszych powieści w historii literatury amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej.

John A. McCarroll
„Złoty wiek” (Dziennik)



Angielski bez stresu

„Angielski bez stresu” to jedna z najlepszych powieści w historii literatury amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej. Ten tomik jest jednym z najlepszych w literaturze amerykańskiej.

John A. McCarroll
„Złoty wiek” (Dziennik)

Zdjęcie 29. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”
„Wprost” 2005, nr 35, s. [89]

Zmiany miały charakter głównie graficzny, natomiast pod względem objętości omówień wybranych książek niewiele się zmieniło. Prezentacji wybranych tytułów towarzyszyły te same elementy, w podobny sposób wyeksponowana kopia okładki oraz dane bibliograficzne.

Jak wspomniano wcześniej, recenzje książek drukowano również poza działem *Kultura*. W tabeli 17 przedstawiono nazwy tych działów, w których systematycznie bądź sporadycznie pojawiały się omówienia książek.

Tabela 17. Recenzje zamieszczane na łamach „Wprost” w poszczególnych działach i rubrykach innych niż typowa rubryka recenzyjna w latach 2001–2005

Nazwa działu	Razem	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Biznes-Ludzie-Pieniądze: Giełda: Od hitu do kitu^a</i>	150	5	1	39	52	53
<i>Historia</i>	7	–	–	1	3	3 ^b
<i>Kadry</i>	1			–	1	–
<i>Kraj</i>	1			–	1	–
<i>Kultura</i>	109	25	9	15	38	22
<i>Nauka i zdrowie: Know-How</i>	21	9	–	–	–	12
<i>Polska^c</i>	1			–	1	–
<i>Skaner</i>	7	–	–	–	5	2
<i>Świat</i>	16	4	2	1	7	2
<i>Życie i intermedia^d</i>	6	1	1	1	3	–
<i>Cytat dyplomatyczny [felieton]</i>	1			1	–	–
<i>Druga płęć [felieton]</i>	17	4	5	2	4	2
<i>2x2 = 4 [felieton]</i>	1			–	1	–
<i>Ekran osobisty [felieton]</i>	2			–	2	–
<i>Nałącz [felieton]</i>	2		1	1	–	–
<i>Okiem barbarzyńcy [felieton]</i>	1			–		1
<i>Perły do lamusa [felieton]</i>	1	1		–	–	–
<i>Piórem i pazurem [felieton]</i>	1	1		–	–	–
<i>Salonowiec [felieton]</i>	1	1		–	–	–

^a Jakkolwiek rubryka ta została już uwzględniona w tabeli 16, to jednak ze względu na fakt, że znajduje się poza działem *Kultura*, postanowiono ją wziąć pod uwagę także i w tym przypadku.

^b Raz był to dział *Życie i historia*.

^c Poza drukowanym w tym miejscu niekiedy felietonem *Nałącz*, wyodrębnionym w tabeli.

^d Poza wyszczególnionymi w tabeli felietonami: *Druga płęć*, *Ekran osobisty*.

Źródło: badania własne.

Najwięcej recenzji poza działem *Kultura* pojawiło się na stronach poświęconych zagadnieniom ekonomicznym, w dziale: *Biznes-Ludzie-Pieniądze*. Początkowo omówienia zajmowały średnio kolumnę tekstu, drukowane były niesystematycznie, nie posiadały odrębnego, stałego tytułu. Dopiero od numeru 10 w 2003 r. pojawiła się stała rubryka, zamieszczona na pierwszej stronie działu, obok podobnych objętościowo wzmianek, w telegraficznym skrócie informujących o tym, co dzieje się w świecie biznesu w Polsce i za granicą, opisujących zdarzenia zarówno ważne, jak i tylko kontrowersyjne, a czasem zabawne czy ciekawe. Mała rubryka, umieszczona na dole strony, zatytułowana *Od hitu do kitu*, drukowana była od tej pory systematycznie, a pierwszą przedstawioną tym miejscu książką było *Komunikowanie w kryzysie* Anny Murdoch. Jednak i tu recenzent (podpisany inicjałami) nie podał wydawcy, miejsca wydania czy roku,

w którym prezentowany tytuł pojawił się na rynku. Obok kilkudzaniowej charakterystyki znajdowało się zdjęcie okładki prezentowanej książki, a opis kończyła krótka ocena: „Mimo zastrzeżeń – rzecz warta lektury”⁷². Większość omówień, znajdujących się w tej rubryce zawierała subiektywną ocenę prezentowanego tytułu, czasem nie pozostawiającą wątpliwości co do wrażeń, jakie książka wywarła na recenzencie. Warto w całości przytoczyć jedną z nich:

Ładnie zaprojektowana okładka, estetyczna czcionka i stylowe ryciny nawiązujące do chińskiej tradycji to jedyne zalety „Sztuki wojny w zarządzaniu projektami”. Gdyby wydawnictwo nie zadrukowało 135 stron tej książki przemyśleniami pana Seweryna Spałki, miałyby ona jeszcze jedną zaletę – mogłaby służyć za całkiem gustowny notes. Niestety, zamiast notesu za 39 zł dostajemy bezużyteczny przedmiot – książkę z dziesiątkami banalnych zasad dotyczących zarządzania projektami, inspirowanymi „Sztuką wojny” Sun Tzu. Dobrze, że ten chiński filozof nie dożył naszych czasów⁷³.

Negatywna ocena książki ograniczała się jednak zazwyczaj do krótkiego, podsumowującego zdania, np. „Niestety, nawet przykłady z życia życia do tej książki nie wnoszą”⁷⁴ czy jednoznacznego określenia: „Kit!”⁷⁵

Podobny charakter miała rubryka, która, jak wynika z analizy, pojawiła się w kilku numerach pisma w roku 2001, by powrócić na jego łamy 4 lata później, w 2005 r. Dzięki *Know-How*, zamieszczanemu na stronach poświęconych nauce i zdrowiu, czytelnik miał możliwość dowiedzieć się o 18 książkach, związanych z zagadnieniami, poruszonymi w dziale. W 15 przypadkach pod omówieniem, zajmującym połowę lub całą kolumnę, znalazły się niemal pełne dane bibliograficzne, ale nadal bez nazwiska tłumacza w przypadku książek autorów obcych. Recenzent ograniczał się do podania swoich inicjałów, rekompensując czytelnikowi ten brak kopią okładki proponowanej książki i w 2001 roku zdjęciem, które w założeniu miało nawiązywać do treści lektury. Recenzja znajdowała się obok kilkunastozdaniowych ciekawostek związanych z nauką i zdrowiem, jak na przykład wzmianki o dobroczynnym działaniu żurawiny, przyczynach depresji czy sposobach porozumiewania się słoni. Można powiedzieć, że treść przedstawianych książek przystosowana była do tego typu informacji – pisano o książkach popularnonaukowych, na przykład *Dlaczego czarne dziury nie są czarne? Nerozwiązywalne problemy współczesnej nauki* (Robert M. Hazen, Maxine Singer, Prószyński i S-ka, Warszawa 2001)⁷⁶, *DNA. Tajemnica życia*

⁷² (MC), *Wziąć kryzys za rogi*, „Wprost” 2003, nr 10, s. [38].

⁷³ (SS), *Sztuka wciskania kitu*, „Wprost” 2005, nr 32, s. 40.

⁷⁴ SS, *W pogoni za klientem*, „Wprost” 2005, nr 26, s. 38.

⁷⁵ (SS), *Nie za szybcy, nie za mądrzy*, „Wprost” 2004, nr 208, s. 38.

⁷⁶ „Wprost” 2001, nr 30, s. 65.

(James D. Watson, Andrew Berry, Cis, W.A.B., Warszawa 2005)⁷⁷, *Nanon-technologie. Narodziny nowej nauki, czyli świat cząsteczka po cząsteczce* (Ed Regis, Prószyński i S-ka, Warszawa 2001)⁷⁸, *Przetrywają najpiękniejsi. Wszystko, co nauka mówi o ludzkim pięknie* (Nancy Etcoff, Cis i W.A.B., Warszawa 2000)⁷⁹, *Struktura kosmosu. Przestrzeń, czas i struktura rzeczywistości* (Brian Greene, Prószyński i S-ka, Warszawa 2005)⁸⁰.

W pozostałych przypadkach były to z reguły krótkie notki, luźno nawiązujące do książki, bądź wspominające o niej mimochodem. Wyjątkiem były recenzje, które pojawiały się sporadycznie w dziale *Historia* bądź też w stałych rubrykach w postaci felietonów (na przykład M. Domagalik).

Jak już wcześniej wspomniano, znaczna część recenzji, zamieszczanych na łamach „Wprost” nie była podpisana: na 725 tekstów – 167 było anonimowych, a 217 razy recenzent ograniczył się jedynie do podania swoich inicjałów. W grupie recenzji podpisanych nazwiskami znalazło się 181 nazwisk; rekordzistką była M. Sawicka (jej nazwisko pojawiło się 86-krotnie), następnie K. Śmiałkowski (33 razy proponował czytelnikom wybraną przez siebie książkę), Ł. Radwan (30-krotnie). Recenzentami byli również m.in.: M. Cieślik, J. Kobus, J. Melchior, B. Wildstein i H. Zaworska (zob. Aneks 12. Autorzy recenzji drukowanych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005).

W sumie zrecenzowano książki 573 różnych autorów⁸¹. Wśród nich znalazło się 264 autorów polskich i 309 obcych. Tworzą oni bardzo zróżnicowaną grupę: znaleźli się w niej zarówno pisarze znani szerokiej publiczności, jak i ci, o których niewielu czytelników pisma mogło słyszeć (zob. Aneks 13. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005).

Zdarzało się, że recenzenci więcej niż raz omawiali ten sam tytuł lub proponowali więcej niż jedną książkę tego samego autora. Takich przypadków było 63: w większości jednak to samo nazwisko autora pojawiało się zaledwie dwukrotnie, przeważnie w odniesieniu do dwóch różnych książek, prezentowanych w odległym od siebie czasie. Był to zatem raczej przypadek, nie działanie planowane. Wśród autorów przywołanych dwukrotnie pojawili się: Anne Applebaum, Kenneth Blanchard, Bohdan Butenko, Bogusław Chrabota, Hillary Clinton, Paulo Coelho, Stephen R. Covey, Michael Crichton, Antonio R. Damasio, Umberto Eco, Helen Fielding, John Grisham, Aleksander Hall, Wojciech Haman, Christian Jacq, Jan Paweł II, Tadeusz A. Kisielewski, Feliks W. Kres, Antoni Kroh, Zygmunt Kubiak, Roma

⁷⁷ „Wprost” 2005, nr 8, s. 71.

⁷⁸ „Wprost” 2001, nr 13, s. 76.

⁷⁹ „Wprost” 2001, nr 2, s. 73.

⁸⁰ „Wprost” 2005, nr 46, s. 82.

⁸¹ Ta liczba zawiera nazwiska autorów, podane przez recenzentów. W 32 przypadkach zabrakło tej informacji.

Ligocka, Maciej Łuczak, Iwona Majewska-Opiełka, Dorota Maślowska, Frank Miller, Jan Miodek, Danuta Młodzikowska, Vladimir Nabokov, Andrzej Nowak, Joyce C. Oates, Agnieszka Osiecka, Milorad Pavić, Beata Pawlikowska, Józef Penc, Tomasz Piątek, Richard Pipes, T. Raczek, Jeremy Rifkin, Maciej Rybiński, Eustachy Rylski, Joanna Siedlecka, Jerzy Surdykowski, Kazimiera Szczuka, Jan Tomkowski, Oscar Wilde, Bronisław Wildstein, Janusz L. Wiśniewski, Kama Zboralska i Andrzej Żuławski.

Znacznie mniejszą grupę stanowili twórcy, których książki omawiano przynajmniej trzykrotnie (tabela 18).

Tabela 18. Najczęściej recenzowani autorzy na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Olgierd Budrewicz	5	<i>Byłem wszędzie</i> (dwukrotnie) <i>Opowieść pachnąca czekoladą</i> <i>Polska dla początkujących</i> <i>Warszawa przedwczorajsza</i>
Dan Brown	3	<i>Cyfrowa twierdza</i> <i>Kod Leonarda da Vinci</i> (dwukrotnie)
Norman Davies	3	<i>Jak powstało Powstanie '44</i> <i>Smok wawelski nad Tamizą. Eseje...</i> <i>Wyspy</i>
Jan Maria Jackowski	3	<i>Drogi i bezdroża III RP</i> <i>Polska w globalnej sieci</i> <i>Usłyszeć głos ludzi</i>
Philip Kotler	3	<i>Dziesięć śmiertelnych grzechów marketingu</i> <i>Marketing</i> (dwukrotnie)
Catherine Millet	3	<i>Życie seksualne Catherine M.</i> (trzykrotnie)
Thomas Sowell	3	<i>Ekonomia dla każdego</i> (dwukrotnie) <i>Ekonomia stosowana</i>
Wojciech Wencel	3	<i>Przepis na arcydzieło</i> <i>Wiersze zebrane</i> <i>Ziemia Święta</i>
Stanisław Ignacy Witkiewicz	3	<i>Dramaty III</i> <i>Listy do żony</i> <i>Panna Tutli Putli</i>
Marcin Wolski	3	<i>Kabaret Nadredaktora</i> <i>Rekonkwista</i> <i>Zamach na Polskę</i>

Źródło: badania własne.

Warto zauważyć, że O. Budrewicz, którego książki przedstawiono pięciokrotnie, był współpracownikiem pisma, a zatem recenzje w tym przypadku miały jednocześnie formę autopromocji tygodnika. Pojawiają się nazwiska autorów popularnych bestsellerów (D. Brown), chociaż nie brakuje również pisarzy mniej znanych (J. M. Jackowski, W. Wencel) czy kontrowersyjnych (C. Millet).

W przypadku prezentowania tych samych tytułów ich recenzentami były zazwyczaj inne osoby. Bestseller D. Browna: *Kod Leonarda da Vinci* najpierw w 2004 r. omówiony został przez K. Śmiałkowskiego⁸², a ponad rok później, w 2005 r., przedstawił go J. Rzewuski⁸³. W pierwszym przypadku była to kilkunastozdaniowa adnotacja, w drugim – obszerna dwustronicowa recenzja.

Tabela 19. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba recenzji
Wydawnictwo W.A.B.	33 ^a
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	33
Dom Wydawniczy REBIS	26
Społeczny Instytut Wydawniczy Znak Wydawnictwo Świat Książki	23
Wydawnictwo Muza	21
Wydawnictwo Literackie	19
Wydawnictwo Helion	15
Wydawnictwo Egmont Polska	13
Wydawnictwo Zysk i S-ka	12 ^b

^a W tym w pięciu przypadkach w kooperacji z innymi edytorami: czterokrotnie z Wydawnictwem CiS, raz z Wydawnictwem Zysk i S-ka.

^b W tym raz z Wydawnictwem W.A.B.

Źródła: badania własne.

Jak już wcześniej zaznaczono, recenzenci „Wprost” w niewielkim stopniu dbali o podawanie danych bibliograficznych. Ten brak profesjonalizmu widać szczególnie w przypadku informacji związanej z wydawcą prezento-

⁸² K. Śmiałkowski, *Ewangelia według Browna*, „Wprost” 2004, nr 15, s. 118.

⁸³ J. A. Rzewuski, *Kod Dana Browna*, „Wprost” 2005, nr 29, s. [102]–104. W tym przypadku recenzent przypominał również czytelnikowi inne książki D. Browna, nadając szersze tło swojemu omówieniu.

wanych książek: nie podano jej w 362 przypadkach. Jednak na potrzeby pracy jej autorka ustaliła brakujące nazwy edytorów⁸⁴, dzięki czemu w tabeli 19 zaprezentowano oficyny, z oferty których recenzenci tygodnika korzystali najczęściej (zob. Aneks 14. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005).

Recenzenci pisma skorzystali w sumie z dorobku 213 wydawców. Najczęściej sięgano po tytuły Wydawnictwa W.A.B. i Wydawnictwa Prószyński i S-ka (po 33 razy). Interesujące jest spostrzeżenie, że ci sami edytorzy byli najchętniej wybierani również przez recenzentów tygodnika „Polityka” (analogicznie: 87 i 49 razy). Podobnie sytuacja wygląda w odniesieniu do trzeciego wydawcy, a jest nim w obydwu przypadkach Społeczny Instytut Wydawniczy Znak (tu: 23 razy, na łamach wcześniej omawianego periodyku: 36 razy). Jednak zaledwie w kilku przypadkach były to te same tytuły (na przykład *Widmokrąg* Wojciecha Kuczoka czy *Finimondo* Piotra Siemiona, obydwa tytuły wydane przez W.A.B.). Świadczy to o bogatej i zróżnicowanej ofercie wydawców, a także o różnicach w wyborach, którymi kierowali się recenzenci obydwu pism.

2.3.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady⁸⁵

Recenzje zamieszczane na łamach „Wprost” miały w badanym okresie różną objętość: od kilkudzaniowych wzmianek, poprzez omówienia zajmujące stronę, kończąc na dwu-, a nawet trzystronicowych charakterystykach. Jednak w zdecydowanej większości składały się nań krótkie adnotacje, pobieżnie omawiające dany tytuł, w których dominowały elementy objaśniająco-sprawozdawcze. Najbardziej reprezentatywne dla pisma były omówienia zamieszczane w specjalnych, wcześniej przedstawionych rubrykach drukowanych w ramach działu poświęconego zagadnieniom kulturalnym lub w dziale *Biznes-Ludzie-Pieniądze*.

Pozostałe recenzje, które czytelnik mógł odnaleźć w innych miejscach pisma, stanowiły niewielką część wszystkich omówień, chociaż zdecydowanie różniły się od nich objętością – były obszerniejsze. Wynikało to z faktu, że książka stawała się zazwyczaj w takim przypadku tematem stałego felietonu, zajmującego zwyczajowo jedną stronę tygodnika. Tę formę

⁸⁴ W 13 przypadkach nie udało się ustalić wydawcy recenzowanej książki, na przykład dlatego, że nie podano jej roku wydania, a publikowana była przez różnych edytorów w różnych latach. Przy uzupełnianiu brakujących informacji skorzystano z „Przewodnika Bibliograficznego” w postaci bazy danych Biblioteki Narodowej: www.bn.org.pl oraz stron internetowych: <http://czytelnia.onet.pl>, <http://www.empik.com>.

⁸⁵ Ze względów wspomnianych wcześniej, ograniczono się do przedstawienia wybranych, reprezentatywnych recenzji.

dziennikarską wykorzystywali szczególnie M. Domagalik⁸⁶ czy B. Wildstein,⁸⁷ którzy kilkakrotnie sięgnęli po przeczytaną przez siebie książkę, by podzielić się z czytelnikami „Wprost” swoimi wrażeniami po danej lekturze.

Zdarzały się także obszernie recenzje w dziale *Historia*: te omówienia były szczególnie wartościowe, zazwyczaj były też wyjątkami pod względem formalnym, gdyż pod recenzją jej autor zamieszczał dane bibliograficzne. Prezentowane w tym miejscu książki, chociaż było ich niewiele, zwracały uwagę nie tylko swą objętością, ale i doborem tytułów. Na przykład w październikowym numerze z 2003 r. Konrad Kołodziejski umiejętnie, rozbudzając ciekawość czytelnika, przedstawił książkę Józefa Hena *Mój przyjaciel król. Opowieść o Stanisławie Auguste*⁸⁸, a w 2004 r. Andrzej Nowak omówił tytuł Richarda Pipesa *Żyłem. Wspomnienia niezależnego*⁸⁹.

Omówienia pomieszczone w prezentowanym periodyku zawierały zazwyczaj, podobnie jak recenzje zamieszczone na łamach „Polityki”, streszczenie proponowanej książki. Miało ono różny charakter. Niekiedy było dość ogólne (jak na przykład: „To poetycka (choć oparta na prawdziwych zdarzeniach) opowieść o miłości z czasów turecko-greckiego konfliktu. [...] Poruszająca opowieść o dziewczynie imieniem Ferzan to również skarbnica wiedzy o historii, obyczajach i religii mieszkańców Cypru”⁹⁰), częściej jednak recenzent starał się przekazać więcej informacji na temat treści danej książki. Oto kilka wybranych przykładów, w których element streszczenia odgrywał pierwszoplanową rolę:

Rzecz dzieje się współcześnie w Wenecji, gdzie para bohaterów przeżywa wielką, lecz beznadziejną miłość⁹¹. [...] Autor wcielił się w rolę detektywa i na podstawie wskazówek zawartych w dokumentach traktujących o twórcy Kaplicy Sykstyńskiej odtworzył historię jego życia. Opowiada o ludziach, którzy kształtowali niezwykłą osobowość [...], próbując jednocześnie rozwiązać zagadkę fenomenu jednego z największych geniuszy w historii⁹².

Cztery tygodnie na Farmie, amerykańskim ośrodku dla uzależnionych od alkoholu, trwa turnus, na który trafia polski pisarz W. – bohater powieści Wiktora Osiatyńskiego „Rebab”. Ta książka to brutalnie szczerą, bezkompromisową relacją z małego zamkniętego świata, w którym zdesperowani alkoholicy usiłują poradzić sobie z chorobą, która ich niszczy, a jeszcze bardziej ich najbliższych⁹³.

⁸⁶ Zob. np. M. Domagalik, *Dziwna książka w słusznej sprawie*, „Wprost” 2004, nr 33, s. 66. Tę samą książkę omówiła we wcześniejszym numerze pisma M. Sawicka: *Lament barana, ibidem*, nr 32, s. 96.

⁸⁷ B. Wildstein, *Powaga myślenia*, „Wprost” 2005, nr 41, s. 15.

⁸⁸ K. Kołodziejski, *Król nowej epoki*, „Wprost” 2003, nr 43, s. [71].

⁸⁹ A. Nowak, *Historia zwycięstwa*, „Wprost” 2004, nr 44, s. 79.

⁹⁰ [br. aut.], *Ferzan, czyli miłość na Cyprze*, „Wprost” 2003, nr 38, s. 96.

⁹¹ [br. aut.], *Miłość i śmierć w Wenecji*, „Wprost” 2002, nr 20, s. 107.

⁹² [br. aut.], [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 32, s. [86].

⁹³ [br. aut.], *Samotność alkoholika*, „Wprost” 2003, nr 48, s. 105.

Autor w intrygujący sposób opowiada historię romansu Żydówki z wysokim dygnitarzem z otoczenia Himmlera. Sklonowana w czasie wojny przez niemieckiego lekarza zajmującego się eksperymentami medycznymi, piękna kobieta okazuje się bohaterką niezwykłą. Autor [...] odmalował burzliwe losy jej oraz ludzi, z którymi się styka⁹⁴.

Jednak prezentacja głównej fabuły proponowanej lektury stosunkowo rzadko w przypadku omawianego periodyku (w porównaniu z tygodnikiem „Polityka”) nabierała pierwszoplanowego znaczenia. Recenzenci „Wprost” częściej starali się zachęcić czytelników do sięgnięcia po proponowaną książkę poprzez opisanie jej autora. Były to zazwyczaj krótkie prezentacje o różnym charakterze. Niekiedy przedstawiano suche fakty, dotyczące twórcy (na przykład „Aleksander Klugman, dziennikarz urodzony w Łodzi, w Izraelu mieszkający od roku 1957, wieloletni korespondent >Rzeczpospolitej<...”⁹⁵). Nierzadko jednak podkreślano jego zalety (na przykład: „Ostatni taki romantyk – mówią o nim koledzy po piórze, choć pozbawiony jest polskiej martyrologicznej rzewności i sentymentalizmu. Pisarz, scenarzysta i reżyser Tadeusz Konwicki, warszawiak rodem z Wileńszczyzny...”⁹⁶) czy przypominano osiągnięcia („Autor-współtwórca sukcesu programu radiowego >60 minut na godzinę< i cyklu telewizyjnego >Polskie zoo< – jest jedną z oryginalniejszych postaci polskiego życia literackiego. Ma też już bogaty dorobek prozatorski”⁹⁷). W wielu przypadkach, gdy recenzent koncentrował się na przytoczeniu głównych wątków książki, nie zamieszczał swojego zdania na jej temat, ocenę pozostawiając czytelnikowi.

Jednak należy podkreślić, że komentarz oceniający był tym elementem, który w recenzjach drukowanych na łamach „Wprost” pojawiał się wyraźnie częściej, niż były to w przypadku omówień zamieszczanych w „Polityce”. Analiza zebranego materiału pozwala również stwierdzić, że oceny, które pojawiały się we „Wprost”, znacznie częściej, niż było to czynione na łamach wcześniej przedstawionego periodyku, były negatywne. Poza wspomnianą już rubryką *Od hitu do kitu*, najczęściej tego typu opinii pojawiało się na opisanych już częściowo stronach zatytułowanych *Sława i chała*. Dosadnej krytyki nie szczędzono jednak również w podstawowej rubryce poświęconej recenzjom książek. Dziennikarze wyrażali swoje odczucia wprost (sic!), nie szczędząc słów krytyki zarówno twórcom, jak i ich dziełom. Oto wybrane przykłady, ilustrujące opinie recenzentów:

Najnowsze dzieło Waldemara Łysiaka miało być hołdem dla bibliofilstwa, czyli pasji zbierania książek. W rzeczywistości jest to kolejna książka o samym autorze. I to książka hołdownicza. To zbiory Łysiaka są największe, najwspanialsze i jedyne w swoim rodzaju. To

⁹⁴ [br. aut.], [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 10, s. 100.

⁹⁵ [br. aut.], [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 33, s. 84.

⁹⁶ [br. aut.], [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 41, s. s. 118.

⁹⁷ [br. aut.], [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 48, s. 109.

na jego cześć ukuto sformułowanie „książka w stanie Łysiakovym” (czytaj: idealnym). [...] nie mamy żadnych wątpliwości – Łysiak to największy współczesny polski samochwała⁹⁸.

Nina Adrycz w drugim tomie biograficznych zapisków robi wszystko co może, by do ewentualnego trzeciego tomu nikt już nie chciał zajrzeć⁹⁹.

Polityczne rozgrywki, intrygi – to świetny temat na pikantną, demaskatorską powieść z kluczem o publicznej telewizji. Zwłaszcza, jeśli sam autor spędził w gmachu na Woronicza osiem lat. Trzeba dużo wysiłku, by zmarnować tak obiecujący materiał. A jednak Monice Luft się to udało¹⁰⁰.

Pojawiały się również oceny pozytywne, jak choćby pochlebny komentarz na temat książki Anne Fadiman:

Entuzjazm autorki może udzielić się nawet tym, którzy rzadko i niechętnie obcują ze słowem pisanym. Liczne anegdoty o pisarzach czy wydawcach oraz dodane do tekstu objaśnienia Jana Gondowicza nie pozwalają się zagubić wśród literackich historii. Po prostu radość czytania¹⁰¹.

czy zachwyty nad *Uniwersalnym słownikiem języka polskiego* Wydawnictwa Naukowego PWN¹⁰². Niekiedy recenzent ograniczał się do krótkich stwierdzeń, określających książkę jako „wystrzałowy debiut”, lekturę „pasjonującą”, „pouczającą”, „edytorski smakołyk nad smakołykami”, ale i zdarzały się tytuły, które w oczach recenzenta zasłużyły na stwierdzenie, że są „przerazająco nudne”.

Stosunkowo rzadko określano adresata przedstawianej książki¹⁰³.

Czasem omawiano lektury, które tematycznie nawiązywały do tekstu, znajdującego się obok. Tak było na przykład w przypadku Lwa Gumilowa: *Od Rusi do Rosji*. Charakterystyka tej pozycji pojawiła się pod tekstem opisującym wydarzenia w teatrze na Dubrowce w Moskwie¹⁰⁴.

Nierzadko zdarzały się recenzje propozycji wcześniej reklamowanych na łamach periodyku bądź tytułów wydanych za granicą. Kilkakrotnie proponowano czytelnikom książki współpracowników pisma: P. Cywińskiego i Rogera Boyesa *Sezon na Europę*¹⁰⁵, M. Cieślaka *Święto wniebowzię-*

⁹⁸ K. Śmiałkowski, *Łysiak I Wielki*, „Wprost” 2003, nr 47, s. 114.

⁹⁹ J. Melchior, *Królowa jest naga*, „Wprost” 2003, nr 49, s. 114.

¹⁰⁰ M. Sawicka, *Śmiechu warte*, „Wprost” 2004, nr 11, s. 116. Zob. też np. eadem, *Wielki brak*, *ibidem*, 2005, nr 34, s. [97]; eadem, *Zakalec w słowniku*, *ibidem*, 2004, nr 46, s. 100.

¹⁰¹ M. Sawicka, *Zwariowani bibliofile*, „Wprost” 2004, nr 11, s. 116.

¹⁰² [br. aut.], *Wszystko o języku polskim...*, „Wprost” 2003, nr 18, s. 98.

¹⁰³ Zob. np. „Wprost” 2004, nr 2, s. 88; 2002, nr 38, s. 113.

¹⁰⁴ Zob. „Wprost” 2002, nr 45, s. 100.

¹⁰⁵ [br. aut.], *Cywiński i Boyes za kurtyną*, „Wprost” 2003, nr 21, 106.

cia¹⁰⁶, Z. Kałużyńskiego *Pamiętnik orchidei*¹⁰⁷, M. Rybińskiego *Jestem, więc piszę 2003–2005*¹⁰⁸, T. Raczka *Karuzela z madonnami*¹⁰⁹, K. Skiby *Skibą w mur*¹¹⁰, B. Wildsteina *Mistrz i Długi cień PRL...*¹¹¹, M. Wolskiego *Zamach na Polskę*¹¹².

W zestawieniu tytułów książek, które zostały recenzowane na łamach „Wprost”, trudno jednak doszukać się wyraźnego klucza, który stanowiłby kryterium doboru lektur proponowanych czytelnikom pisma. Była to zróżnicowana grupa rozmaitych książek, zazwyczaj omówionych pobieżnie, bez zwracania uwagi na podanie ważnych informacji, które w tym przypadku raczej sygnalizowały dany tytuł, niż solidnie go omawiały. Rzadko zdarzały się recenzje obszernie, dogłębnie analizujące prezentowaną książkę i opisujące jej autora, uzupełnione uzasadnioną oceną. Poza już wspomnianymi, takim wyjątkiem było omówienie książki D. Masłowskiej. Recenzentka nie szczędziła ostrych słów, stwierdzając dosadnie:

bożyszczce salonów puściło literackiego pawia [aluzja do tytułu książki: *Paw królowej* – przyp. M.P.S.]. [...] Tymczasem mizdrzący się do literatów krytycy mówią o sprawnie zrymowanym językowym eksperymencie jako o arcydziele. A najnowsza książka najgłośniejszej polskiej autorki młodego pokolenia jest niczym więcej jak środowiskowym bluzgiem. Jego zasięg w normalnych warunkach, czyli bez sztucznie pompowanej sławy literatki, ograniczyłby się do wąskiego kręgu odbiorców, zapewne znajomych. [...] kipi cynizmem, epatuje brzydota i głupota, zraza agresywnym językiem, brakiem spójnej fabuły¹¹³.

Innym przykładem obszerniejszego omówienia była jednostronicowa prezentacja książki Henryka Grynberga, uznanego przez recenzentkę za „świetnego kronikarza”, który „o swoich bohaterach pisze ciepło, z nutą melancholii”. Pod jego zręcznym piórem ożywają *Uchodźcy*: Marek Hłasko, Jerzy Kosiński, Leopold Tyrmand i wielu innych. Ich losy, opowiedziane barwnym językiem stały się kanwą ważnej i ciekawej książki, która wyraźnie spodobała się dziennikarce pisma¹¹⁴.

Jednak większość omówień ograniczała się do krótkiego streszczenia i ewentualnej zwięzłej oceny, sprawiając przy tym wrażenie, jakby recenzent przepisał notkę z okładki książki, zmieniając jedynie szyk wyrazów w zdaniu. Jedynym elementem, który zdawał się spełniać swoje funkcje, były

¹⁰⁶ M. Sawicka, *Kronika z czereśniami*, „Wprost” 2005, nr 48, s. 110.

¹⁰⁷ [br. aut.], *Pamiętnik orchidei*, „Wprost” 2003, nr 14, s. 96.

¹⁰⁸ (Gmyz), *Ryba od głowy*, „Wprost” 2005, nr 41, s. [117].

¹⁰⁹ [br. aut.], *Madonny bez madonny*, „Wprost” 2003, nr 49, s. 103.

¹¹⁰ (MN), *Liberalny beret*, „Wprost” 2005, nr 48, s. [111].

¹¹¹ Ł. Radwan, *Przynieś mi jego skalp*, „Wprost” 2004, nr 48, s. 100; M. Dzierżanowski, *Konsekwentny jak Wildstein*, *ibidem*, 2005, nr 17, s. [113].

¹¹² K. Śmiałkowski, *Wolski kontra Al-Kaida*, „Wprost” 2005, nr 26, s. 104.

¹¹³ M. Sawicka, *Paw warszawski*, „Wprost” 2005, nr 21, s. 110–[111].

¹¹⁴ M. Sawicka, *Piękni siedemdziesięcioletni*, „Wprost” 2005, nr 3, s. 103.

tytuły recenzji. Jedne z nich były zabawne, inne przykuwały wzrok swą oryginalnością. Oto kilka przykładów¹¹⁵: *Arcydzieło bez arcydzieła*, *Geografia literatury*, *Kronika z czereśniami*, *Lektura na hamak*, *Literatura dla pokolenia MTV*, *Nie tylko dla kobiet*, *O tym, co ważne*, *Obława na pisarzy*, *Piórem i Mieczem*, *Siła słów*, *Skarbiec złotoustych*, *Słowo jak skalpel*, *Sprzedawca obietnic*, *Umrzeć dla literatury*, *W poszukiwaniu natchnienia*, *Z siebie się śmiejecie!*, *Zdumienie światem*, *Ziemia i chmury*, *Zwariowani bibliofile*, *Zysk uświęca środki*.

Warto też wspomnieć o *Rankingach* i *Bestsellerach* „Wprost”. Były to zestawienia najlepiej sprzedających się książek, płyt dvd z filmami, muzyką, ale także listy wystaw, zamieszczane na początku działu *Kultura*, w ramach *Menu*. W pierwszym badanym roczniku drukowano, w skromnej formie, wyłącznie *Rankingi*. Pojawiły się one w sumie w 41 numerach w roku 2001 i 2002, obejmowały za każdym razem 10 tytułów książek wraz z ich autorami i wydawcą. W drugim badanym roczniku zamieszczono *Bestsellery Wprost*, drukowane na zmianę bądź równoległe z *Rankingami* – zdjęcia 30 i 31.



Zdjęcie 30. *Ranking Wprost i Empiku*
„Wprost” 2001, nr 1, s. 100



Zdjęcie 31. *Bestsellery Wprost*
„Wprost” 2002, nr 45, s. 111

¹¹⁵ Kolejno: „Wprost” 2005, nr 5, s. [95]; 2003, nr 8, s. 97; 2005, nr 48, s. 110; 2003, nr 32, s. 89; 2004, nr 26, s. 112; 2005, nr 32, s. 95; nr 29, s. 40; nr 12, s. 100–102; 2003, nr 30, s. 89; 2005, nr 4, s. 38; 2004, nr 14, s. 120; nr 40, s. 118; 2003, nr 13, s. [50]; 2005, nr 16, s. [113]; 2004, nr 12, s. 41; nr 24, s. 111; 2001, nr 22, s. 89; 2002, nr 26, s. 108; 2004, nr 11, s. 116; 2003, nr 42, s. 39. W 50 przypadkach recenzje nie posiadały tytułów.

Bestsellery Wprost były bardziej rozbudowane, przy tytułach książek¹¹⁶ znajdowały się krótkie adnotacje treściowe, poprzedzone skromnymi danymi bibliograficznymi, uzupełnionymi kopiami okładek prezentowanych w ten sposób tytułów. Znalazły się one w 100 numerach pisma. Te dwie formy informacji o najlepiej sprzedających się książkach korzystnie harmonizowały z innymi elementami omawianego tu działu.

W 2003 r. wraz ze zmianami graficznymi w całym piśmie zmieniała się też nieco forma *Bestsellerów*, choć zmiany te dotyczyły w zasadzie kolorystyki; częściej też zamieszczano obok siebie zestawienia dotyczące książek i na przykład filmów¹¹⁷. W następnym roku ponownie ulepszono grafikę, dzięki czemu zestawienia stały się bardziej czytelne, choć nadal miały tę samą objętość i zawierały te same elementy¹¹⁸. W numerze 43 (2004) po raz ostatni zestawienie zostało zamieszczone pod dotychczasowym tytułem. Od wydania następnego tygodnik, jak już wspomniano wcześniej, zmienił grafikę, co objęło również dział kulturalny. W numerze 45 (2004) na miejsce dotychczasowych bestsellerów pojawiły się podobne w swej formule, nieco krótsze zestawienia (liczące zazwyczaj cztery tytuły), zatytułowane „*Wprost*” poleca, jednak bez żadnego wyjaśnienia ze strony redakcji¹¹⁹.

Na zakończenie każdego roku prezentowano *Bestsellery* ostatnich 12 miesięcy. Zestawienia te obejmowały dwie lub cztery strony i sygnalizowały cieszące się największą popularnością książki, płyty z filmami oraz muzyką¹²⁰. W 2001 r. (w odniesieniu do literatury) zestawienie było najuboższe, zawierało jedynie kopie okładek książek z podstawowymi danymi bibliograficznymi (autor, tytuł i wydawca), natomiast w latach następnych pojawiły się dodatkowo krótkie adnotacje treściowe, zaś w 2002 r. także zdjęcia niektórych autorów¹²¹.

¹¹⁶ W większości przypadków było to 5 tytułów.

¹¹⁷ Zob. np. „*Wprost*” 2003, nr 47, s. 105.

¹¹⁸ Zob. np. „*Wprost*” 2004, nr 30, s. 87.

¹¹⁹ Zamieszczono je w 21 numerach w latach 2004–2005. Ze względu na lokalizację i niemal taką samą formę, jak *Bestsellery*, potraktowano je w pracy jako kontynuację poprzednich zestawień.

¹²⁰ Zob. „*Wprost*” 2005, nr 51/52, s. 160–161.

¹²¹ „*Wprost*” 2001, nr 51/52, s. [132]–[133]; 2002, nr 51/52, s. 142–145; 2003, nr 51/52, s. 158–160; 2005, nr 51/52, s. 160–161.

2.3.3.2. Dyskretny urok historyjek¹²²: wywiady

Kolejna forma informacji, związana z książką, to wywiady z pisarzami. W badanym okresie na łamach „Wprost” było ich 46. W tabeli 20 przedstawiono ich liczbę w każdym roku.

Tabela 20. Wywiady zamieszczone na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	18
2002	9
2003	9
2004	6
2005	4
Ogółem	46

Źródło: badania własne.

Jak widać, najwięcej było ich w pierwszym analizowanym roku, później liczba ta malała, by w 2005 r. zamknąć się zaledwie w czterech wywiadach. Nadto tylko w 15 przypadkach bohaterami tej formy prezentacji twórców byli pisarze. Pozostałe rozmowy przeprowadzono z wybitnymi naukowcami, filozofami, jednocześnie będącymi autorami książek, a także z reżyserami, którzy przenieśli na ekran znane powieści i aktorami – odtwórcami ról w ekranizacjach książkowych (zob. Aneks 15. Osoby związane z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Wprost” w latach 2001–2005).

Wśród rozmówców znaleźli się następujący pisarze: Władimir Bukowski i Wiktor Suworow¹²³, Norman Davies, Joachim Fest, David Forden, Katarzyna Grochola, Etgar Keret, Roma Ligocka, Jeremy Rifkin, Benjamin Weiser, Carlos Ruiz Zafón, a także poeta Czesław Miłosz, krytyk literacki Marcel Reich-Ranicki oraz Jan Nowak-Jeziorański, Françoise Sagan.

Wywiady nie miały swojego stałego miejsca w piśmie, drukowane były w różnych działach, zajmowały średnio dwie strony, na których pojawiało się zdjęcie rozmówcy zazwyczaj z dotyczącą go krótką notą biograficzną. Wydaje się, sądząc po liczbie tych publikacji, że redakcja „Wprost” przywiązywała niewielką wagę do tej formy promocji książki. Oceniając je pod względem przygotowania pytań, także należy podkreślić, że były one znacznie mniej interesujące od rozmów, drukowanych na łamach tygodnika „Polityka”.

¹²² Tytuł wywiadu z hiszpańskim pisarzem C. R. Zafónem, „Wprost” 2005, nr 28, s. 109.

¹²³ Rozmowa przeprowadzona była z nimi obydwoma jednocześnie. Poza tym W. Suworow był bohaterem kolejnych dwóch wywiadów.

Trzykrotnie przeprowadzono wywiad z W. Suworowem. Za każdym razem tematem rozmów była Rosja i ówczesna polityka państw byłego bloku wschodniego¹²⁴. Do rozmowy zaproszono również Joachima Festa, autora biografii o Adolfie Hitlerze. Podzielił się on z czytelnikami „Wprost” m.in. własną opinią na temat historii Niemiec, stwierdzając:

Nie ma narodów sprawców. Zbrodnie zawsze są dziełem konkretnych jednostek. Wyrażenie „naród sprawców” powoduje, że rozmywa się osobistą odpowiedzialność. Z drugiej strony, Niemcy jako naród cudownie odgrywają rolę kozła ofiarnego. [...] Hitler był człowiekiem. Hitler tkwi w każdym z nas. Zło może zaistnieć w każdym człowieku. To prawda, która przy całym rozrachunku z przeszłością nam umyka¹²⁵.

Na łamach pisma pojawił się również zapis rozmowy z Cz. Miłoszem. W tym przypadku czytelnicy tygodnika poznali m.in. opinię poety na temat współczesnej literatury i kultury¹²⁶. Z kolei o swojej nowej książce opowiedziała R. Ligocka, podkreślając:

Moja historia opowiada o tym, w jaki sposób człowiekowi można wyrządzić wielką krzywdę przy użyciu zaledwie jednego słowa. Mówi o tym, jak niebezpieczne są pomówienia. Jak jedno zdanie może zrujnować całe życie¹²⁷.

W porównaniu z „Polityką” w tygodniku „Wprost” w bardzo niewielkim stopniu wykorzystywano tę formę prezentacji twórców.

2.3.3.3. *Supersensacja*¹²⁸: reklamy książek

Na łamach „Wprost” pojawiały się również reklamy. Podobnie, jak w przypadku tygodnika „Polityka”, tak i tu można wyodrębnić trzy kategorie stanowiące przedmiot inseratów, związanych z problematyką określoną w temacie pracy:

- 1) książki (w tej grupie znalazły się także encyklopedie, leksykony, słowniki, podręczniki, poradniki, informatory, przewodniki, albumy oraz atlasy),
- 2) akcje tygodnika związane z książką (konkursy, targi, spotkania)¹²⁹,
- 3) prasa, w tym autoreklama¹³⁰.

¹²⁴ „Wprost” 2001, nr 33, s. 75–77; 2001, nr 39, s. 57; 2003, nr 24, s. 75.

¹²⁵ *Kusząca postać zła*, rozm. C. Gryz, współpr. H. Christ, „Wprost” 2005, nr 18, s. 68–[69].

¹²⁶ *Jestem antymodernistą*, rozm. J. Kobus, „Wprost” 2002, nr 9, s. 107.

¹²⁷ *Czułe słówka*, rozm. M. Sawicka, „Wprost” 2004, nr 44, s. 117.

¹²⁸ Hasło reklamowe w jednej z reklam wydawniczych. Zob. „Wprost” 2002, nr 34, s. 90.

¹²⁹ Przybierały one dwojaką postać (reklam i tekstów opisowych) i zostaną omówione w dalszej części rozdziału.

¹³⁰ Ta kwestia zostanie dokładniej przedstawiona w ostatniej części rozdziału.

W latach 2001–2005 na łamach pisma pojawiło się w sumie 1667 tego typu inseratów. Reklamy książek stanowiły ok. 1/3 tej liczby: było ich 573. W tabeli 21 przedstawiono ich liczbę w każdym z badanych roczników.

Tabela 21. Ogłoszenia wydawców książek w latach 2001–2005 na łamach „Wprost”

Rok	Liczba inseratów książkowych
2001	89
2002	124
2003	84
2004	89
2005	187
Ogółem	573

Źródło: badania własne.

Liczba reklam jest nierówna, ale wyraźnie widać rosnący profesjonalizm Biura Reklamy tygodnika „Wprost” w ich przygotowaniu. O ile w 2001 r. były one stosunkowo skromne, mało pomysłowe, nierzadko niewyraźne bądź niezbyt trafnie umieszczane, o tyle w latach następnych ich forma uległa poprawie.

W ciągu 5 lat na łamach „Wprost” pojawiły się reklamy 328 tytułów książek. W inseratach znalazło się 196 nazwisk autorów¹³¹, w tym 70 pisarzy polskich i 126 autorów obcych (Aneks 16. Autorzy reklamowanych książek na łamach „Wprost” w latach 2001–2005).

Kilkakrotnie reklamowano książkę wcześniej zrecenzowaną na łamach pisma. Tak było w przypadku *Tajemnic kodu: nieautoryzowanego przewodnika po sekretach Kodu Leonarda da Vinci* Dana Bursteina¹³² czy *Ja wam pokażę!* K. Grocholi¹³³ i *Losu powtórzonego* J. L. Wiśniewskiego¹³⁴.

W większości przypadków reklamy proponowanych tytułów powtarzały się dwukrotnie (rzadziej trzykrotnie) w następujących po sobie numerach pisma. Zdarzały się jednak tytuły częściej reklamowane. Zobrazowano to w tabeli 22.

¹³¹ W tej liczbie pominięto przypadki, gdy reklamodawca nie podawał autora, był on trudny do ustalenia albo kiedy książka wydana była przez zespół autorów. Ostatni przypadek dotyczył np. encyklopedii, leksykonów i słowników.

¹³² Reklama, zob. „Wprost” 2004, nr 38, s. 121; recenzja, zob. *ibidem*, 2004, nr 37, s. 119.

¹³³ Reklama, zob. np. „Wprost” 2004, nr 15, s. [95]; recenzja, zob. *ibidem*, 2004, nr 14, s. 109.

¹³⁴ Reklama, zob. „Wprost” 2004, nr 38, s. 121; recenzja, zob. *ibidem*, 2004, nr 38, s. 107.

Tabela 22. Najczęściej powtarzające się tytuły w reklamach wydawniczych w latach 2001–2005 na łamach „Wprost”

Tytuł reklamowanej pozycji	Wydawca	Liczba anonsów
<i>Azyl Arkham</i> (David McKean)	Egmont Polska	8
<i>Feralny Major</i> (Moebius)	Egmont Polska	8
<i>Kingdom Come</i> (Alex Ross)	Egmont Polska	8
<i>Legends naszych czasów</i> (Enki Bilal)	Egmont Polska	8
<i>Nigdy w życiu!</i> (Katarzyna Grochola)	Wydawnictwo W.A.B. Wydawnictwo Prószyński i S-ka	7
<i>Nagrody Darwina. Ewolucja w działaniu</i> (Wendy Northcutt)	Wydawnictwo W.A.B.	5
<i>Samotna misja. Pułkownik Kukliński i zimna wojna</i> (Józef Szaniawski)	Ex Libris	5
<i>Così fan tutti</i> (Michael Dibdin)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>Emocje. Naukowo o uczuciach</i> (Dylan Evans)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>Express Méditerranée</i> (Jacek Pałasiński)	Wydawnictwo Akade	4
<i>Honor Prizzich</i> (Richard Condon)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>Informatory</i>	[brak informacji o wydawcy]	4
<i>Kabal</i> (Michael Dibdin)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>Karuzela z Madonnami</i> (Tomasz Raczek)	Instytut Wydawniczy Latarnik	4
<i>Napoleon. Nieśmiertelny ze Świętej Heleny</i> (Max Gallo)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>PL-BOY</i> (Marcin Szczygielski)	Instytut Wydawniczy Latarnik	4
<i>Rodzina Prizzich</i> (Richard Condon)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>S@motność w sieci</i> (Janusz L. Wiśniewski)	Wydawnictwo Prószyński i S-ka	4
<i>Sens dobra. Wprowadzenie do etyki</i> (Simon Blackburn)	Dom Wydawniczy REBIS	4
<i>Serce na temblaku</i> (Katarzyna Grochola)	Wydawnictwo W.A.B.	4
<i>Wprost z obłożonej świątyni</i> (Jacek Pałasiński)	Wydawnictwo Akade	4

Źródło: badania własne.

Najczęściej reklamowane były komiksy: anons je promujący pojawił się osiem razy w 2005 r. Wydawca powtarzał ogłoszenie w dwóch następujących po sobie numerach „Wprost”, by następnie przypomnieć czytelnikom o proponowanych tytułach mniej więcej dwa miesiące później. Zwraca uwagę także fakt kilkakrotnej obecności Domu Wydawniczego REBIS, który promował siedem tytułów ze swej oferty.

Nierzadko zdarzało się również, że edytor rezygnował z powtarzania reklamy tego samego tytułu, a decydował się na prezentację kilku różnych książek tego samego twórcy w jednym lub kilku anonsach. W ciągu badanego okresu tylko nazwiska 16 autorów wymieniano w reklamach przynajmniej czterokrotnie – i to przy okazji więcej niż jednej książki. W tabeli 23 zaprezentowano nazwiska tych twórców, którzy pojawiali się w reklamach najczęściej:

Tabela 23. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Nazwisko autora	Liczba inseratów	Liczba tytułów	Tytuły reklamowanych książek
Katarzyna Grochola	10	5	<i>Ja wam pokażę!</i> (dwukrotnie) <i>Nigdy w życiu!</i> (siedmiokrotnie) <i>Osobowość émy</i> (czterokrotnie) <i>Serce na temblaku</i> (dwukrotnie) <i>Związki i rozwiązania miłosne^a</i> (dwukrotnie)
Janusz L. Wiśniewski	10	4	<i>Los powtórzony</i> (dwukrotnie) <i>Martyna</i> (dwukrotnie) <i>S@motność w sieci</i> (czterokrotnie) <i>Zespoły napięć</i> (dwukrotnie)
Jacek Pałasiński	8	2	<i>Express Méditerranée</i> (czterokrotnie) <i>Wprost z obłąkanej świętyni</i> (czterokrotnie)
Maciej Łuczak	6	3	<i>Miś, czyli rzecz o Stanisławie Barei</i> (dwukrotnie) <i>Rejs, dlaczego szczególnie nie chodzę na filmy polskie</i> (dwukrotnie) <i>Wniebowzięci, czyli jak to się robi hydrozagadkę</i> (dwukrotnie)
Beata Pawlikowska	5	3	<i>Blondynka śpiewa w Ukajali</i> (dwukrotnie) <i>Blondynka Tao</i> (dwukrotnie) <i>Blondynka u szamana</i>
Andrzej Pilipiuk	5	4	<i>Czarownik Iwanow</i> <i>Kroniki Jakuba Wędrowycza</i> <i>Kuzynki</i> (dwukrotnie) <i>Weźmiesz czarno kure...</i>

Tabela 23 (cd.)

Nazwisko autora	Liczba inseratów	Liczba tytułów	Tytuły reklamowanych książek
Simon Blackburn	4	2	<i>Myśl. Wprowadzenie do filozofii</i> <i>Sens dobra: wprowadzenie do etyki</i>
Max Gallo	4	4	<i>Napoleon. Pieśń wymarszu</i> (t. I) <i>Napoleon. Słońce w Austerlitz</i> (t. II) <i>Napoleon. Cesarz królów</i> (t. III) <i>Napoleon. Nieśmiertelny ze Świętej Heleny</i> (t. IV)
Richard Condon	4	2	<i>Honor Prizzich</i> (czterokrotnie) <i>Rodzina Prizzich</i> (czterokrotnie)
Michael Dibdin	4	2	<i>Così fan tutti</i> (czterokrotnie) <i>Kabal</i> (czterokrotnie)
Tomasz Raczek	4	2	<i>Karuzela z herosami: męski świat w 57 odstępach</i> (dwukrotnie) <i>Karuzela z Madonnami: 57 bardzo zakręconych kobiet</i> (czterokrotnie)
Roma Ligocka	4	2	<i>Kobieta w podróży</i> (dwukrotnie) <i>Tylko ja sama</i> (dwukrotnie)
Izabela Sowa	4	2	<i>Cierpkość wiśni</i> (dwukrotnie) <i>Smak świeżych malin</i> (dwukrotnie)
Marcin Szczygielski	4	3	<i>Kuchnia na ciężkie czasy</i> <i>PL-BOY</i> (czterokrotnie) <i>Wiosna PL-BOYA</i>
Wit Szostak	4	2	<i>Głędźby Ropucha</i> (dwukrotnie) <i>Poszarpane granice</i> (dwukrotnie)
Susanna Clarke	3	3	<i>Jonathan Strange i pan Norrel</i> , t. 1 <i>Jonathan Strange i pan Norrel</i> , t. 2 <i>Jonathan Strange i pan Norrel</i> , t. 3
David M. Buss	2	2	<i>Ewolucja pożądania</i> <i>Zazdrość: niebezpieczna namiętność</i>
John Le Carré	2	2	<i>Przyjaźń absolutna</i> <i>Wierny ogrodnik</i>
Maria Nurowska	2	2	<i>Imię twoje...</i> <i>Powrót do Lwowa</i>
José Saramago	2	3	<i>Baltazar i Blimunda</i> (dwukrotnie) <i>Podwojenie</i> (dwukrotnie) <i>Wszystkie imiona</i> (dwukrotnie)

^a Książka wspólnie napisana z A. Wiśniewskim.

Źródło: badania własne.

Obydwa zestawienia potwierdzają wniosek, który nasuwa się po przyjrzeniu się pełnej liście wszystkich tytułów i autorów reklamowanych w piśmie. Dzieła Cz. Miłosza sąsiadują z komiksami, książka popularnonaukowa z powieściowym bestsellerem. Podobnie, jak było to w przypadku recenzji, tak i tu brak jest wyraźnej polityki wydawniczej redakcji. Niekiedy zdarzały się reklamy, które pojawiły się na łamach pisma tylko raz, ale

wydawca polecał w nich uwadze czytelników kilka tytułów tego samego autora. Tak było na przykład w przypadku powieści Moniki Szwai¹³⁵.

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden typ reklamy, w tym przypadku zachęcający do kupna trylogii Johna R. R. Tolkiena – zdjęcie 32.

Władca EKRANU

„Władca pierścieni” - pierwszy filmowy cud XXI wieku

Na powstanie tej trójciskowej w kwietniu 2001 o godzinie 12:00, w telewizyjnej wersji filmu, w ciągu pięciu dni obędzie go ponad półtora miliona widzów! Czyli to jest wyjątkowo duża liczba widzów, którzy...

...zobaczyli ten film. W tym czasie film był już w trzech krajach, a w Polsce w telewizyjnej wersji. W tym czasie film był już w trzech krajach, a w Polsce w telewizyjnej wersji. W tym czasie film był już w trzech krajach, a w Polsce w telewizyjnej wersji.

Witajcie w Śródziemiu

Od pierwszego wydania „Władcy pierścieni” w roku 1964 do dzisiaj sprzedano ponad 100 milion egzemplarzy książki w ponad czterdziestu językach, w tym w polskim. Tolkien uważa się za autora powieści „Władca pierścieni”. W tym czasie film był już w trzech krajach, a w Polsce w telewizyjnej wersji.

Władca Pierścieni

z ilustracjami, które zainspirowały reżysera filmu

W AMBERZE najpiękniejsze ilustrowane wydanie

Przebieg historii, Magnetyczne ilustrowanie, Nowy, niesamowity projekt...

Zdjęcie 32. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”
„Wprost” 2002, nr 7, s. [101]

Reklamowane tytuły nawiązywały do tekstu znajdującego się obok. Był to dobry pomysł, by przy okazji omawiania ekranizacji znanej książki przypomnieć czytelnikom o jej wersji oryginalnej. Tak bywało jednak rzadko.

¹³⁵ „Wprost” 2005, nr 42, s. [89].

Różnorodność reklamowanej oferty wynikała ze znacznej liczby wydawców, którzy zamieszczali swoje anonse na łamach pisma. W ciągu 5 lat z tej formy promocji skorzystało 75 edytorów¹³⁶ (zob. Aneks 17. Wydawcy, którzy zamieścili swe anonse na łamach „Wprost” w latach 2001–2005). W tabeli 24 przedstawiono te oficyny, które najczęściej reklamowały swoją ofertę na łamach „Wprost”.

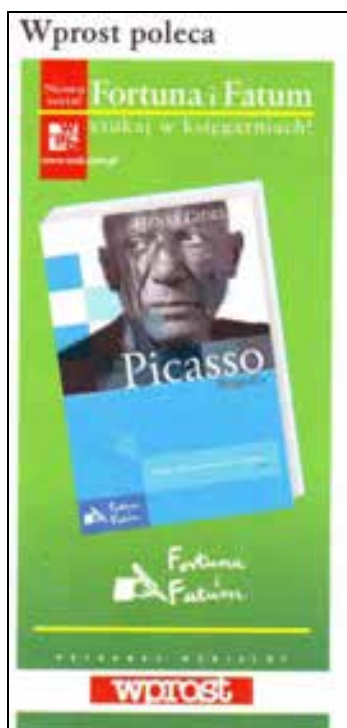
Tabela 24. Wydawcy najczęściej zamieszczający inseraty na łamach „Wprost” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba anonsów
Dom Wydawniczy REBIS	79
Wydawnictwo W.A.B.	46
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	43
Wydawnictwo Amber	32
Wydawnictwo Egmont Polska	
Young Digital Poland. Wydawnictwo interaktywne	
Wydawnictwo Literackie	25
Wydawnictwo Fabryka Słów	15
Wydawnictwo Naukowe PWN	13
Wydawnictwo Pascal	12
Wydawnictwo Arkady	11
Kluszczyński Wydawnictwo	
Wydawnictwo National Geographic	10

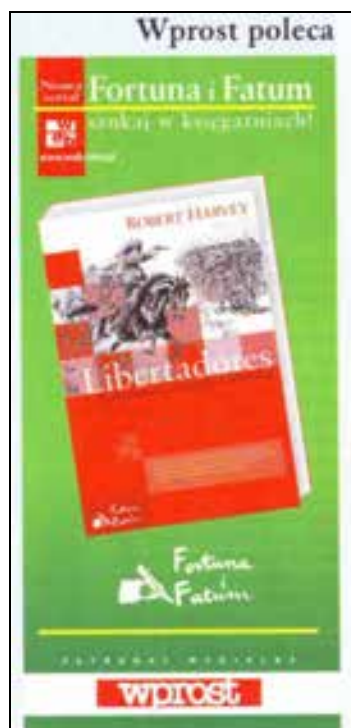
Źródło: badania własne.

Jak wynika z tabeli 24, w największym stopniu z tej formy promocji w pierwszym rzędzie skorzystały duże i znane wydawnictwa. Zrezygnowały one z kilkukrotnego promowania tych samych tytułów na rzecz reklamy szerszej oferty: do czytelnika trafiała w tym przypadku zazwyczaj tylko raz informacja o danym tytule, a w następnym anonsie pojawiały się kolejne propozycje z oferty danego edytora. W pamięci czytelnika utrwałała się zatem przede wszystkim nazwa wydawcy, czemu zresztą sprzyjała zbliżona zazwyczaj forma reklamy. W większości przypadków ogłoszenie było podobne graficznie, zmieniał się jedynie tytuł i autor proponowanej książki i naturalnie lokalizacja reklamy w piśmie (dotyczyło to przede wszystkim wydawców wymienionych w tabeli 24). W ten sposób czytelnik kojarzył po pewnym czasie moduł reklamowy z określonym wydawcą. Oto przykład inseratów wybranego wydawcy – zdjęcie 33 i 34.

¹³⁶ W 10 przypadkach w anonsie brakowało nazwy wydawcy, zob. np. reklama książki J. L. Wiśniewskiego *Los powtórzony*, „Wprost” 2004, nr 36, s. [75].



Zdjęcie 33. Wybrane ogłoszenie wydawnicze na łamach „Wprost” „Wprost” 2004, nr 29, s. [28]



Zdjęcie 34. Wybrane ogłoszenie wydawnicze na łamach „Wprost” „Wprost” 2004, nr 31, s. [81]

Obydwa inseraty, zachowując tę samą formułę, proponowały inną książkę. Za każdym razem pojawiały się te same elementy, a nad obydwoma tytułami patronat medialny sprawował omawiany tygodnik.

Przez cały badany okres ogłoszenia wydawnicze rozmieszczone były w różnych miejscach pisma, miały różną objętość i zawierały rozmaite elementy. Najczęściej pojawiały się one na stronie w całości poświęconej reklamom: obok inseratów promujących książki drukowano ogłoszenia informujące o mających się odbyć wystawach, premierach filmowych, festiwalach i koncertach. Zdarzało się jednak, że obok anonsów książkowych znajdowała się reklama banku, klubu czy imprezy okazjonalnej (na przykład wakacyjnej). Wszystkie te reklamy (przeważnie zatytułowane *Wprost poleca*) były kolorowe, czasem jednak grafika zawodziła. Oto przykłady wybranych ogłoszeń – zdjęcia 35 i 36.



Zdjęcie 35. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2002, nr 14, s. [105]



Zdjęcie 36. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2002, nr 38, s. [125]

Zbyt duże nagromadzenie elementów w przytoczonych ogłoszeniach, brak wyraźnego ich oddzielenia, powodowały, że przekaz stawał się mało czytelny i zamiast zachęcić, mógł zniechęcić czytelnika. Szczególnie nieczytelna wydaje się być reklama wydawnicza zamieszczona w pierwszym z przywołanych przykładów (zdjęcie 35). W drugim przypadku charakterystyczna okładka drugiej z polecanych książek (A. Pilipiuka) zwracała uwagę odbiorcy.

Częściej jednak kolory dobrane były korzystniej. Każda z reklam na stronie wyróżniała się dostatecznie; niekiedy jeden z jej elementów był wystarczająco oryginalny, by w pierwszym rzędzie zwrócić uwagę czytelnika i aby ogłoszenie zdominowało pozostałe reklamy na danej stronie. Oto przykłady obrazujące takie rozwiązanie – zdjęcia 37 i 38.



Zdjęcie 37. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” 2004, nr 48, s. [113]



Zdjęcie 38. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” 2004, nr 39, s. [101]

Pomimo iż w przywołanych przykładach reklamy zamieszczane na wybranej stronie nie były od siebie wyraźnie oddzielone, to jednak odpowiednio dobrana kolorystyka powodowała, że na pierwszy rzut oka widać, iż były to ogłoszenia osobne, chociaż dyskusyjny pozostaje fakt, czy odbiorca tygodnika zatrzymał się specjalnie na stronie w całości poświęconej reklamom, by analizować, co jest przedmiotem każdej z nich.



Zdjęcie 39. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” 2005, nr 19, s. [107]



Zdjęcie 40. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” 2002, nr 35, s. [109]

Niekiedy ogłoszenia wydawnicze drukowano u dołu strony, w postaci niewielkiego modułu. Te inseraty były z reguły dostatecznie wyróżnione, nawet wtedy, gdy pojawiało się ich kilka obok siebie – zdjęcia 39 i 40.

Rzadko pojawiały się pojedyncze anonse. Przeważnie obok znajdowała się jeszcze jedna lub dwie reklamy, promujące książkę albo ogłoszenia zupełnie nie związane z rynkiem wydawniczym. Każdy z inseratów był wyraźnie oddzielony od poprzedniego, dodatkowo wyróżniał się kolorystycznie. Przy promocji książki pojawiała się zazwyczaj kopia jej okładki, a także hasło reklamowe. W przypadku reklamy kolejnej części cyklu autorstwa Sue Townsend (zdjęcie 40) hasło to dla wielu wielbicieli bohatera – wiecznego nieudacznika – było wystarczającym bodźcem, by sięgnąć po kolejny tom opisujący jego losy. Czasem reklama zawierała zabawne elementy, które przykuwały uwagę czytelnika – zdjęcie 41.



Zdjęcie 41. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2005, nr 25, s. [75]

Takich inseratów było jednak niewiele. W większości z nich zamieszczano podstawowe informacje, ewentualnie uzupełnione o hasło reklamowe, przeważnie mało oryginalne (typu: „kup!”, „przeczytaj!” „warto!”) lub odwołujące się do nazwiska autora oraz podkreślające, że jest to uznany pisarz¹³⁷. Stosunkowo rzadko pojawiały się ogłoszenia bardziej urozmaicone, ciekawsze, w których potencjalny odbiorca mógł znaleźć obok adnotacji treściowej, danych bibliograficznych i haseł reklamowych także krótką

¹³⁷ Zob. np. „Wprost” 2003, nr 21, s. [85].

Tylko kapitalizm
- mówi prof. Jan Winiecki

"Polemiki w drodze (do kapitalizmu)"
2001 r., 264 s.
ISBN 83-7247-012-X
Cena: 36,00 zł

Profesor Jan Winiecki - znany ekonomista, wybitna osobowość sceny polityczno-gospodarczej okresu transformacji ustrojowej w Polsce, laureat Nagrody Kiszela z 1992 r.

To pierwsza na polskim rynku książka profesora Jana Winieckiego, będąca zbiorem polemik, wykładów i komentarzy z lat dziesięćdziesiątych o tematyce ekonomicznej, politycznej i społecznej. Ważnym elementem publikacji jest jej aspekt dydaktyczny - autor kładzie nacisk na wyjaśnienie pojęć, schematów strukturalnych, dawkę twierdzących procesów polskiej transformacji ustrojowej.


"Zamiast zapoznania się własny bynek charakterystycznego naszych Małych przeobrażeń radykalnych zmian potrzebne jest obywateli na świat. Konsekwencją będzie spadek roku o wyjątkowo tego, co dzieje się w Polsce."

Współpraca z

*Lekcja obywatelska
ludzi myślących*


**Polemiki w drodze
(do kapitalizmu)**

Jan Winiecki



Wydawnictwo C.B. Beck
Zielna 14, Warszawa 00-613, tel. (0-22) 646-17-00
e-mail: cb.beck@wp.pl
http://www.beck.pl

PATRONAT PRĄDOWY



Zdjęcie 42. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 25, s. 92

Prószyński i S-ka

IZABELA SOWA
**Smak
świeżych
malin**



„Smak świeżych malin” to jeden z tomów zamierzonej „owocowej trylogii” Izabeli Sowy, przedstawiającej życie nastolatki, dwudziestolatki i trzydziestolatki w tym pięknym kraju Europy Środkowej, dającym tyle możliwości atrakcyjnym syrenom, obdarzonym przez Naturę i doświadczenie gumowym kręgosłupem, skórą nobrozońca oraz łokciami z hartowanej stali. Jak sama mówi o głównej bohaterce: „Malina nie jest kolejną rodzimą podróbką Bridget Jones czy Ally McBeal, tak jak «Pomysłowy Dobromir» nie jest polską wersją animowaną «McGyvera», Jakub Burski – słowiańską doktor Queen, a Smok Wawelski – krakowską MechaGodzillą. Malina to po prostu malina, a nie polska odmiana owocu kiwi”. I taka właśnie jest główna bohaterka, ze swoimi lękami, marzeniami i wizją świata ukształtowaną właśnie tu: w krainie bigosu, żurku i salmonelli.

Patronat medialny:

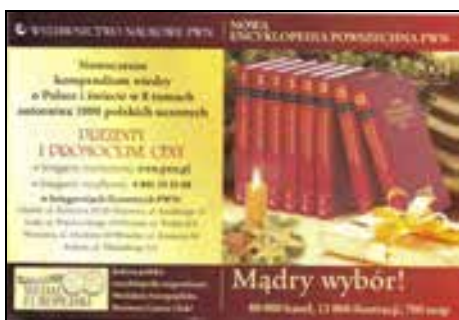


Izabela Sowa – tajemnicza kobieta trzydziestoletnia. Żyje z pisaniny (artykuły, tłumaczenia, kojące bajki dla spragnionych złudzeń, wróżby w chlebikach ciasteczkach...) oraz zabawiania studentów opowieściami o magicznej mocy psychologii społecznej. Typowa sowa: większość dnia przesypia ukryta w krakowskich bibliotekach i czytelniach. Budzi się późnym wieczorem i wtedy zaczyna po-tworzyć...

Zdjęcie 43. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2002, nr 6, s. 31

notkę biograficzną dotyczącą autora. Wybrane przykłady tego typu anonsov – zob. zdjęcie 42 i 43. W tych ogłoszeniach reklamodawca zamieścił adnotację treściową, dodatkowo uzupełniając reklamę krótką notką biograficzną dotyczącą autora oraz w przypadku pierwszego tytułu, *Polemiki w drodze (do kapitalizmu)*, także fragmentem proponowanej książki.

Szczególnie staranne reklamy zamieszczano z okazji zbliżających się Świąt Bożego Narodzenia. Wtedy obok zwykłych, standardowych elementów, pojawiały się tradycyjne symbole świąt, które urozmaicały i wzbogacały dane ogłoszenie. Wyjątkowo interesujące anonse proponowało Wydawnictwo Naukowe PWN. Również Dom Wydawniczy REBIS starał się przypomnieć czytelnikom swoją ofertę przed zbliżającymi się Świątami. Oto wybrane przykłady inseratów tych oficyn – zdjęcie 44 i 45.



Zdjęcie 44. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” 2004, nr 51, s. [111]



Zdjęcie 45. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” 2005, nr 51/52, s. [165]

Zaletą pierwszego ogłoszenia (zdjęcie 44) są jego ciepłe barwy, stwarzające nastrojowy, świąteczny klimat. W drugim inseracie (zdjęcie 45) proponowano kilka tytułów, ale dzięki wyrazistej grafice każdy z nich był doskonale widoczny, zaś elementy świąteczne dodawały tylko uroku, dzięki czemu całość przykuwała uwagę czytelnika.

Niektórzy edytorzy (na przykład Wydawnictwo Prószyński i S-ka, Wydawnictwo Amber, Arkady, Kluszczyński i S-ka oraz wspomniane wcześniej Wydawnictwo Naukowe PWN) inwestowali w reklamę całostronicową, chociaż należała ona do wyjątków. Wydawcy wybierali wówczas rozmaite rozwiązania: albo poświęcali cały anonsov na promocję jednego tytułu, albo też starali się zamieścić w nim jak najwięcej propozycji ze swojej oferty. Zazwyczaj ograniczali się do najważniejszych elementów, z których wyeksponowane miejsce zajmowała kopia okładki (okładek) proponowanej książki (książek), chociaż niekiedy dodawali doń krótkie adnotacje treściowe¹³⁸.

¹³⁸ Zob. np. „Wprost” 2005, nr 11, s. [71].

Ciekawy pomysł pojawił się także w przypadku anonsu Wydawnictwa W.A.B. Elementem zachęcającym do kupna książki (*Nigdy w życiu!* K. Grocholi) był konkurs, w którym czytelnik powinien wykazać się znajomością jej treści. Po przesłaniu prawidłowej odpowiedzi czytelnicy mieli szansę wygrać zestaw kosmetyków (choć może lepszym rozwiązaniem byłaby nagroda książkowa)¹³⁹.

Jednak, co już wcześniej podkreślono, podobnie, jak było to w przypadku recenzji, tak i w odniesieniu do reklam trudno jest doszukać się wyraźnego, jednoznacznego klucza. Recenzenci kierowali się raczej własnym gustem, tym, czy książka jest znana, nowa, lub po prostu prezentowali tytuły, będące egzemplarzami recenzyjnymi. W odniesieniu do reklam można stwierdzić, że były to propozycje największych polskich oficyn, specjalizujących się w różnego rodzaju literaturze.

Poza ogłoszeniami wydawniczymi pojawiały się również inseraty informujące o konkursach i akcjach, organizowanych zarówno przez „Wprost”, jak i przez instytucje związane z książką. Zapowiedzi targów czy spotkań autorskich miały jednak postać nie tylko reklam, ale i komentarzy oraz relacji z odbytych już imprez. Stąd zostaną one omówione w kolejnym podrozdziale.

2.3.3.4. *Literatura dopisana*¹⁴⁰: inne formy informacji o książce

Na łamach „Wprost” w latach 2001–2005, poza recenzjami i reklamami, ukazało się **818** różnego typu informacji bezpośrednio bądź pośrednio związanych z książką. Jak już wcześniej wspomniano, w tej grupie pojawiły się rozmaite informacje, o różnej objętości, które miały postać notatek prasowych, zapowiedzi, relacji, komentarzy, dotyczących literatury, książki bądź rynku wydawniczo-księgarskiego itd. (Aneks 18. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005.). Analiza zebranego materiału pozwoliła, podobnie jak w przypadku tygodnika „Polityka”, wyodrębnić kilka typów informacji. W badanych rocznikach znalazły się¹⁴¹:

- sylwetki / portrety (68);
- artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego (240);
- ekranizacje, adaptacje i inscenizacje znanych utworów (136);

¹³⁹ „Wprost” 2001, nr 13, s. 31.

¹⁴⁰ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Wprost” 2003, nr 13, s. 97.

¹⁴¹ Pominięto tu listy bestsellerów, które wymieniono w tabeli 14. Ta kategoria została wcześniej omówiona.

- listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej wcześniej informacji związanej z książką (51);
- konkursy i akcje (35);
- inne¹⁴² (288).

2.3.3.4.1. *Nie gasić światła*¹⁴³: sylwetki/portrety

Wspomnienia twórców pojawiają się w prasie po ich odejściu. Kreślona jest wówczas sylwetka pisarza, przypominane są jego dzieła, czasem pojawiają się opinie o nim, wypowiedziane przez przyjaciół. W przypadku tygodnika „Wprost” tego typu portretów było 68. Wspominano nie tylko pisarzy, literatów, ale również dziennikarzy, publicystów, ludzi kultury i sztuki. Pojawiła się informacja o śmierci Marii Danilewicz-Zielińskiej, Jana Nowaka-Jeziorańskiego, Jana Józefa Szczepańskiego, krótkie wspomnienie o Richardzie Avedonie, Saulu Bellowie, Peterze F. Druckerze, Jerzym Dudzie-Graczu, Orianie Falllaci, Zofii Hertz, Zyguncie Kałużyńskim, Szymonie Kobylińskim, Janie Kottcie, Zyguncie Kubiaku, Macieju Łukaszewiczu, Krzysztofie Mętraku, Karolu Mikule, Czesławie Miłoszu, Janie Mirosławie Mossakowskim, Danielu Pearlu, Marku Polańskim, Stanisławie Stommie, Tomaszu Strzemboszu, Januszu Szpotańskim, ks. Stanisławie Tkocz, Henryku Tomaszowskim i Bolesławie Wierzbiańskim.

W większości z tych przypadków były to jednak tylko kilku- lub kilkunastozdaniowe wzmianki, mające raczej charakter oficjalny, bez wyraźniejszego czy głębszego zaangażowania piszącego. Wyjątkiem było wspomnienie Cz. Miłosza¹⁴⁴.

Przywołano również sylwetkę Susan Sontag, przypominając m.in., że

Była wielką polonofilką: w latach 80. kibicowała „Solidarności”, a swoją ostatnią, nagrodzoną National Book Award, powieść „W Ameryce” osnuła wokół historii Heleny Modrzejewskiej, legendy polskiej amerykańskiej sceny teatralnej XIX wieku. [...] Świetnym erudycyjnym wstępem opatrzyła amerykańskie wydania „Ferdydurke” Witolda Gombrowicza oraz wybór wierszy Adama Zagajewskiego...¹⁴⁵.

¹⁴² W tej grupie zostały uwzględnione, podobnie jak w przypadku tygodnika „Polityka”, rozmaitego rodzaju informacje, przeważnie w formie niewielkich objętościowo notek, donoszących na przykład o otrzymanych przez osoby związane z książką nagrodach, jubileuszach, ale i o śmierci znanych osób ze świata literatury.

¹⁴³ Tytuł felietonu M. Domagalik, dotyczącego M. Wiślockiej, zob. „Wprost” 2005, nr 7, s. 71.

¹⁴⁴ „Wprost” 2004, nr 34, s. 92–[93].

¹⁴⁵ (MS), *Śmierć polonofilki*, „Wprost” 2005, nr 1, s. 100.

O twórcach pisano nie tylko przy tak smutnej okazji. Czytelnik „Wprost” dowiadywał się o ich życiu i twórczości także przy innych okazjach, na przykład, gdy otrzymywali oni nagrody. I tak, noblista z 2001 r., Vidiadhar S. Naipaul, stał się bohaterem tekstu *Kolizja kultur*. J. Kobus, cytując opinie na temat przyznania nagrody autorowi *Marionetek*, przypomniała krótko jego życiorys, wydane w Polsce książki i przywołała charakterystykę jego twórczości, nakreśloną przez Marię Zborowską, polską tłumaczkę jego dzieł. Według niej pisarz „akcentuje nieprzekraczalność granic między odmiennymi cywilizacjami, opisuje konflikty społeczeństw żyjących na styku różnych kultur”¹⁴⁶.

Z kolei o Johnie M. Coetzee pisał w 2003 r. M. Cieślik, przypominając m.in. dwie jego książki¹⁴⁷.

O innym (z 1978 r.) laureacie Nagrody Nobla opowiedziała czytelnikom tygodnika M. Sawicka. „Sztukmistrz z Warszawy”¹⁴⁸, czyli I. B. Singer, wyłaniał się z tego tekstu jako pisarz, którego twórczość jest bardzo rozmaicie postrzegana: przez wielu krytykowany i jednocześnie przez innych uwielbiany, sam uważał, że „jest typowym Żydem z Krochmalnej”, twierdząc: „Na chwilę znalazłem się w pałacach sztokholmskich, ścisnąłem ręce książąt i królów, ale w duszy pozostałem biedakiem, jednym z małomiasteczkowych nędzarzy”¹⁴⁹. Publikacja pojawiła się przy okazji organizowanego w 2004 r. Festiwalu Kultury Żydowskiej, który miał być odtąd inicjowany w kolejnych latach, w rocznicę urodzin pisarza.

Bohaterem portretów, kreślonych na łamach pisma, byli również potencjalni laureaci najważniejszej nagrody literackiej, ci, których twórczość była kontrowersyjna, ciekawa, znana na świecie. Taką postacią był bez wątpienia w badanym okresie P. Coelho; jego kolejne książki zajmowały stałe miejsce na listach bestsellerów w różnych krajach. Ten twórca, nim został w wieku 38 lat pisarzem, prowadził niezwykle burzliwe życie. Czytelnicy tygodnika dowiedzieli się m.in., że

próbował tworzyć sztuki teatralne, które sam reżyserował. Pisał też scenariusze dla telewizji, był dziennikarzem telewizyjnym, autorem tekstów piosenek dla najpopularniejszych brazylijskich gwiazd muzyki pop i rocka, szefem dyskoteki. Jeszcze wcześniej był hippisem, narkomanem, należał do sekty satanistów. W dzieciństwie trzykrotnie rodzice oddawali go do zakładu poprawczego¹⁵⁰.

¹⁴⁶ J. Kobus, współpraca: M. Kukliński, *Kolizja kultur*, „Wprost” 2001, nr 42, s. [126].

¹⁴⁷ M. Cieślik, *Dostojewski z Afryki*, „Wprost” 2003, nr 41, s. 110–[111].

¹⁴⁸ Tytuł publikacji, której bohaterem jest I. B. Singer. Zob. „Wprost” 2004, nr 42, s. 114–[115].

¹⁴⁹ Obydwa ostatnie cytaty: M. Sawicka, *Sztukmistrz z Warszawy*, „Wprost” 2004, nr 42, s. 114.

¹⁵⁰ J. Melchior, *Alchemik duszy*, „Wprost” 2003, nr 11, s. [104].

Jak stwierdził J. Melchior, „Popularność Coelho to mądrość w pigułce. To także triumf znajomości sztuki marketingu. Jego książki zawierają na tyle ogólne recepty życiowe, żeby nikt na nich źle nie wyszedł i nie poczuł się oszukany”¹⁵¹. Kilka z owych aforyzmów, które autor *Alchemika* zawarł w swoich książkach, znalazło się w opisywanym tekście, na przykład: „Dopóki żyjemy, nie ma rzeczy niemożliwych, a w ostatecznym rozrachunku nawet w najgorszym z nas znajdzie się coś dobrego”¹⁵².

Pisano również m.in. o Milanie Kunderze, który „jako jedyny prozaik z naszej części Europy odniósł komercyjny sukces na Zachodzie”¹⁵³, o S. Clarke, będącej w 2004 r. „literackim objawieniem sezonu”¹⁵⁴. Nie zapomniano i o polskich twórcach, jak choćby o Andrzeju Sapkowskim, określonym mianem „Polski wojownik”¹⁵⁵, czy o Katarzynie Grocholi, która m.in. powiedziała o sobie: „Jestem pierwszorzędnym pisarzem drugorzędnym”¹⁵⁶. Ostatni przywołany cytat odnaleźć można było w publikacji poświęconej w dużej mierze polskiej powieści popularnej. Nierzadko zdarzało się, że sylwetki twórców pojawiały się także przy okazji komentarzy dotyczących zarówno kondycji polskiej i obcej literatury współczesnej, jak i rodzimego rynku książki.

2.3.3.4.2. *Arcydzieła nijakości*¹⁵⁷: teksty, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu

Tego typu informacji znalazło się na łamach pisma 240. Interesujące jest przy tym spostrzeżenie, że częściej zamieszczano obszernie, wymagające solidnego przygotowania rozważania, dotyczące ogólnych zagadnień związanych z interesującym nas tematem (pojawiały się one przede wszystkim w dziale *Kultura*) niż krótkie informacje dotyczące chociażby imprez związanych z książką (te drukowano w całym tygodniku).

Jaki obraz kreowały owe komentarze czy choćby refleksje i rozważania? Na ich podstawie odbiorca „Wprost” mógł ukształtować sobie raczej pesymistyczny obraz, dotyczący współczesnej literatury, szczególnie rodzimej. Ponuremu wizerunkowi winni byli, jak wynikało z lektury tekstów tygodnika, wszyscy, poza czytelnikami.

¹⁵¹ *Ibidem*, s. [104]–[105].

¹⁵² *Ibidem*, s. [104].

¹⁵³ M. Cieślak, *Milan bez ziemi*, „Wprost” 2003, nr 40, s. 112.

¹⁵⁴ „Wprost” 2004, nr 43, s. 114–115.

¹⁵⁵ Tytuł publikacji na temat A. Sapkowskiego, zob. „Wprost” 2004, nr 40, s. 116.

¹⁵⁶ M. Sawicka, *Grocholiada*, „Wprost” 2004, nr 9, s. 96.

¹⁵⁷ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Wprost” 2003, nr 51/52, s. 166–167.

Kwestie dotyczące literatury poruszane były nierzadko w szerszym aspekcie, przy okazji omawiania kondycji polskiej kultury współczesnej. Zastanawiano się na przykład nad efektami, płynącymi z dofinansowywania przez państwo produkcji filmowej, teatralnej i wydawniczej. Autorzy jednego z artykułów, cytując słowa Grzegorza Szczodrowskiego, ekonomisty z Centrum im. Adama Smitha, zgodnie konkludowali, że „Nikommu nie przyjdzie do głowy, że nie ma gorszej strategii w kulturze niż ułatwianie życia twórcom, bo to przepustka do tworzenia miernoty”¹⁵⁸. Podobny problem pojawił się w tekście *Plecami do widza*, charakteryzującym współczesną polską kulturę, która „przypomina sierotę po PRL: tęskniącą za tatusiem, który chociaż bywał surowy i niesprawiedliwy, zapewniał jednak twórcom wikt i opierunek”¹⁵⁹. Taka taktyka może być jednym z powodów niskiego poziomu czytelnictwa w Polsce.

Innych przyczyn szukali autorzy kolejnego interesującego tekstu: *Czytam, więc jestem*¹⁶⁰. Zaczynając od pesymistycznego stwierdzenia Stanisława Lema, że „Nikt nic nie czyta, a jeśli czyta, to nic nie rozumie, a jeśli nawet rozumie, to nic nie pamięta”, podawali dane dotyczące czytelnictwa w innych krajach, wskazywali na liczby określające nikłe zainteresowanie Polaków lekturą. Podkreślając ważną rolę instytucji wspierających bądź promujących czytanie, przywoływali przykłady imprez, konkursów i rozmaitych inicjatyw, mających zachęcić do sięgnięcia po książkę. Wskazywali na rolę bibliotek w tym względzie i jednocześnie przypominali o problemach finansowych, które przekładają się na funkcjonowanie tych placówek. Ciekawy tekst, którego celem było podkreślenie wagi kontaktów z książką i płynących z tego korzyści, kończył się niespodziewanie stwierdzeniem, które trudno powiązać z poprzednim akapitem, choć jednocześnie poruszona tu dyskusyjna kwestia mogłaby dać sumpt do dalszych rozważań. Wysunięta została mianowicie supozycja, że winę za taki, a nie inny stan rzeczy w Polsce ponoszą krytycy, ponieważ to właśnie oni kreują „zjawiska literackie, dzieła skończonych grafomanów, co tylko zraża oszukanych czytelników”¹⁶¹.

Podobna opinia pojawiła się w piśmie kilkakrotnie. Justyna Kobus i Tomasz Mackiewicz dzieląc ten pogląd, pisali o „usłużnym wazeliniarstwie” zamiast rzetelnej krytyki, o tym, że współczesnym recenzentom zależy bardziej na zachowaniu przyjaźni twórców niż na opinii czytelników. Efektem takiego postępowania miał być brak lub znikoma liczba recenzji

¹⁵⁸ J. Kobus, Ł. Radwan, *Lenin w Polsce*, „Wprost” 2003, nr 19, s. 108.

¹⁵⁹ J. Kobus, *Plecami do widza*, „Wprost” 2003, nr 1, s. 102.

¹⁶⁰ Ł. Radwan, W. Chełminiak, *Czytam, więc jestem*, „Wprost” 2003, nr 16, s. 112–115.

¹⁶¹ *Ibidem*, s. 115.

negatywnych, zastępowanych przez neutralne oceny¹⁶². A przecież, jak przypomnieli autorzy, w polskiej tradycji można odnaleźć prawdziwych krytyków, których opinii obawiali się współcześni im twórcy. Przywołano postać Tadeusza Boya-Żeleńskiego, Karola Irzykowskiego oraz Antoniego Słonimskiego i wyrażono żal, że w dzisiejszym świecie brakuje odważnych recenzentów, a jeśli już tacy się pojawiają, natychmiast stają się obiektem napaści, szyderstw i zostają odsunięci na margines życia kulturalnego. Podobnego zdania był autor kolejnego tekstu, podnoszącego tę kwestię, K. Skiba, felietonista pisma. Pisząc o „krytyce ukumplowanej”, nie tylko zresztą literackiej, dowodził, że w Polsce niemal niemożliwa jest szczerza negatywna ocena, a ci, którzy naruszają *status quo*, stają się pariasami w środowisku twórczym, są prześladowani, a w najlepszym razie ignorowani. Stwierdziwszy, że „krytyką sztuki zaczynają rządzić środowiskowe i korporacyjne układy”, podał przykłady lansowania „wybranych” książek wykazując, że taki sposób postępowania doprowadza do manipulowania opinią odbiorcy, a także skazuje na zagładę i niepamięć prawdziwie utalentowanego pisarza czy artystę, promując w najlepszym razie przeciętnego twórcę. Warto zacytować słowa autora, które można nazwać swego rodzaju przesłaniem do „słusznie oburzonych” autorytetów: „Nawet najbardziej krytyczna recenzja nie uwłacza żadnemu artyście, a zwłaszcza wybitnemu”¹⁶³.

Jako rodzaj przeciwwagi wobec tych oskarżeń można potraktować wywiad z M. Reichem-Ranicim, znanym bezkompromisowym krytykiem literackim. Rozmowa zatytułowana *Nie piszę zakłamanych recenzji*¹⁶⁴ nie miała jednak następstw w postaci tekstów równoważących surowy osąd wydany przez dziennikarzy „Wprost” polskim krytykom.

W stan oskarżenia postawieni zostali także ci, którzy literaturę tworzą, czyli pisarze. Większość z nich to, według redakcji, autorzy, którzy „nie potrafią zdobywać serc czytelników”¹⁶⁵, tworząc „arcydzieła nijakości”¹⁶⁶. Według J. Tomkowskiego wynika to z chęci dostosowania się współczesnych pisarzy do oczekiwań czytelników, którzy chętniej sięgną po lekturę łatwą, lekką i przyjemną niż poważną, wymagającą większej koncentracji. J. Tomkowski zwrócił również uwagę na zmedializowanie oraz inne w porównaniu z niegdysiejszym, traktowanie książki. Może ona zostać umiejętnie wypromowana, i wtedy, niezależnie od obiektywnej wartości,

¹⁶² J. Kobus, współpraca T. Mackiewicz, *Zabić krytyków*, „Wprost” 2003, nr 4, s. 100–103. Warto zwrócić uwagę na opinię, która pojawiła się w tekście, a dotyczyła tygodnika „Polityka”.

¹⁶³ K. Skiba, *Krytyka ukumplowana*, „Wprost” 2005, nr 7, s. [111].

¹⁶⁴ [rozm. M. Stauber], *Nie piszę zakłamanych recenzji*, „Wprost” 2002, nr 24, s. 122–124.

¹⁶⁵ J. Zomkowski, *Arcydzieła nijakości*, „Wprost” 2003, nr 51/52, s. 166.

¹⁶⁶ *Ibidem*.

zostać bestsellerem, w przeciwieństwie do tytułu wartościowego, ale pominiętego przez media. Obok szeregu innych okoliczności, szum informacyjny, w jakim żyje dziś przeciętny człowiek, powoduje, że nie dowiaduje się on o cennych, ambitnych i ważnych książkach. Na ogół do księgarń trafiają bowiem źle skonstruowane powieści, ponieważ typowy współczesny polski pisarz to „przeintelektualizowany młynek mielący automatycznie wszystkie możliwe wariacje i perturbacje”¹⁶⁷, zaś „brak pasjonujących fabuł i pełno-krwistych bohaterów to grzech powszedni polskiej literatury współczesnej”¹⁶⁸, w której akcja toczy się nierzadko w narkotycznych oparach. Narkotyki, jak pisała recenzentka „Wprost”, zastąpiły we współczesnej polskiej literaturze popularnej niegdysiejszy alkohol, stały się modnym i nadużywanym tematem: „>Odlotowa< pisanina lansowana jest w mediach, nominowana do wszelakich nagród, a jej autorzy brylują na pierwszych stronach gazet”¹⁶⁹.

Monotonia tematów, brak przemyślanej konstrukcji, dynamicznych bohaterów, artystycznego kunsztu, ciekawych fabuł, od których czytelnik nie mógłby się oderwać – to, według dziennikarzy „Wprost” – główne wady rodzimej literatury. Tania psychologia, epatowanie wszechobecnym pesymizmem, apatią, marazmem i fatalizmem – oto, co przede wszystkim serwują nam twórcy¹⁷⁰. Taka literatura, jak dowiaduje się czytelnik tygodnika, cieszy się jednak popularnością. Może to być efekt tego, że przeciętny Polak „ma poczucie bezradności, więc narzeka. Dlatego łatwo identyfikuje się z literaturą czy kinem, będącymi zapisem tej bezradności”¹⁷¹. Ów fatalizm i beznadziejność stał się motywem przewodnim naszej literatury, co prowadzi, jak ostrzega M. Sawicka, jedynie do wzmocnienia stereotypu Polaka, ciąglego nieudacznika i malkontenta. A przecież można pisać inaczej: dowodem na to ma być literatura obca. W amerykańskich powieściach, które w przeważającej większości kończą się szczęśliwie, bohaterowie niemal zawsze wychodzą z opresji cało, z uśmiechem na twarzy. Nawet literatura skandynawska, pomimo tradycyjnej powagi potomków Wikin-gów, jest „pełna witalności i poczucia humoru”¹⁷², bo jej twórcy piszą, „by rozświetlić mroki Północy, a nie dobijać czytelnika ponurymi historiami”¹⁷³. Podobną rolę ma do spełnienia tzw. proza kampusowa, opisana w kolejnym tekście, wymownie zatytułowanym: *Balanga w kampusie*¹⁷⁴. Zabawne

¹⁶⁷ M. Sawicka, *Młynek do pisania*, „Wprost” 2004, nr 41, s. 103.

¹⁶⁸ *Ibidem*, s. 102–103.

¹⁶⁹ M. Sawicka, *Gandziolatki*, „Wprost” 2003, nr 44, s. 113.

¹⁷⁰ M. Sawicka, *Cały ten gnój*, „Wprost” 2004, nr 8, s. 96–99.

¹⁷¹ *Ibidem*, s. 97.

¹⁷² M. Sawicka, *Weseli ponuracy*, „Wprost” 2004, nr 31, s. 94.

¹⁷³ *Ibidem*.

¹⁷⁴ M. Sawicka, *Balanga w kampusie*, „Wprost” 2004, nr 2, s. 99.

powieści, których głównym celem jest rozbawienie czytelnika, są niezwykle popularne na Zachodzie i, jak się okazuje, również u nas, co powinno dać do myślenia rodzimym twórcom. Najwyraźniej bowiem, jak przekonuje autor, Polacy lubią nie tylko jesienną melancholię, ale i lekką rozrywkę, czego dowodzić ma również rosnąca popularność literatury kobiecej, a nawet feministycznej. Kilkakrotną bohaterką publikacji pojawiających się na łamach „Wprost” była jej przedstawicielka: „polska Bridget Jones”, czyli K. Grochola. Jej powieści mogą, według autorów tygodnika, stać się lekarstwem na wspomnianą zapaść rodzimej twórczości, mogą rozjaśnić przygnębiający i ponury obraz, proponowany przez innych polskich pisarzy. „Polscy literaci już powinni zacząć się bać fali piszących pań” – ostrzegała M. Sawicka¹⁷⁵, przypominając długą tradycję piszących kobiet w polskiej literaturze. Powieści Zofii Nałkowskiej, Elizy Orzeszkowej, Marii Rodziewiczówny czy Narcyzy Żmichowskiej dowiodły, że i w Polkach drzemie talent pisarski. Ich współczesne następczynie godnie je reprezentują, wypełniając z powodzeniem niszę rynkową i to pomimo pewnego lekceważenia, okazywanego przez krytyków. Czytelnicy „Wprost” mogli dowiedzieć się, na czym polega sukces tej literatury. Jej popularny charakter, opisywane w nich emocje, z którymi mogą utożsamiać się czytelniczki, oraz fakt, że dają ludziom chwilę radości, niosąc przy tym nadzieję, że i w życiu może zdarzyć się szczęśliwe zakończenie – to przepis na sukces nie tylko powieści Manueli Gretkowskiej, ale i Katarzyny Grocholi, Izabeli Sowy, Doroty Szczepańskiej, Olgi Tokarczuk czy szerzej: autorek popularnej literatury kobiecej na świecie¹⁷⁶. Nie bez znaczenia pozostawał fakt, że, jak wskazywały ówczesne badania czytelnictwa, przeprowadzone przez Bibliotekę Narodową, wśród czytających książki przewagę zyskały kobiety.

Idąc z duchem czasu, redakcja pisała nie tylko o tym typie piśmiennictwa. Czytelnicy mogli poznać bliżej zarówno literaturę określaną mianem *faction*¹⁷⁷, jak i fantastykę¹⁷⁸. O zróżnicowanych zainteresowaniach redakcji świadczy również fakt, że pisano też o literaturze komiksowej, zarówno rodzimej, jak i obcej. W jednym z tekstów podkreślano, że „Komiks to idealny przekaz współczesnej kultury: najważniejszy jest obraz, który dopełniają krótkie informacje”¹⁷⁹, w innym, przy okazji Warszawskich Spotkań Komiksowych, przypomniano o Grzegorzu Rosińskim, jednym

¹⁷⁵ M. Sawicka, *Kobiety do piór!*, „Wprost” 2005, nr 15, s. 118–119.

¹⁷⁶ Zob. m.in. M. Sawicka, *Grocholiada*, „Wprost” 2004, nr 9, s. 96–97; eadem, *Proza oralnego niepokoju*, *ibidem*, nr 17, s. 101–102.

¹⁷⁷ M. Sawicka, *Prawdziwa fikcja*, „Wprost” 2005, nr 2, s. 108–[109].

¹⁷⁸ Np. tekst o twórczości A. Sapkowskiego: K. Śmiałkowski, *Polski wojownik*, „Wprost” 2004, nr 40, s. 116–[117]. Z kolei T. Pratchett i D. Adams to bohaterowie innej publikacji, zob. D. Wojciechowski, *Monty Python w kosmosie*, „Wprost” 2002, nr 35, s. [106]–107.

¹⁷⁹ W. Chełminiak, *Komiksomania*, „Wprost” 2002, nr 28, s. 113–115.

z najpopularniejszych rysowników w Europie¹⁸⁰. Ważne jest przy tym to, że nie ograniczano się w każdym z tych przypadków do pisania jedynie o krajowych przedstawicielach prezentowanego gatunku literackiego. Przywoływano w mniejszym lub większym stopniu autorów zagranicznych, porównując ich twórczość z tą, którą reprezentują pisarze polscy.

Dbłość o literacką wiedzę czytelników „Wprost” przejawiała się także w tekstach donoszących o stanie czytelnictwa i kondycji literatury obcej. I tak, kilkakrotnie pisano o książkach, które cieszyły się uznaniem w innych krajach. Poza wspomnianą literaturą kobiecą donoszono na przykład o preferencjach czytelnicyznych Amerykanów, opisując bestsellery książkowe połowy 2004 r. za oceanem, wspominając przy okazji o akcji wspierania czytelnictwa, którą prowadziła w ramach swego programu Oprah Winfrey¹⁸¹.

Jednak nie tylko literatura amerykańska była przedmiotem relacji „Wprost”. Na łamach tygodnika znalazł się również tekst, mówiący o twórcach żydowskich, a jego autor, Szewach Weiss, podkreślał ich polskie korzenie¹⁸². W innym numerze pisma pojawił się tekst o Isaacu B. Singerze i jego twórczości¹⁸³, w kolejnym o Philipie Rothcie¹⁸⁴. Przy okazji majowych Targów Książki w Warszawie pisano o rosyjskim rynku książki i „rosyjskim desancie literackim na Polskę”, wymieniając Siergieja Dowłatowa, Wiktora Jerofiejewa, Aleksandrę Marininę jako tych, których książki cieszą się w naszym kraju rosnącym powodzeniem¹⁸⁵. Opisywano rosyjską literaturę kryminalną, przywołując postać Darii Doncowej, wzorującej się na powieściach Joanny Chmielewskiej¹⁸⁶. Czytelnicy tygodnika mieli również możliwość poznać „pięć nowych gwiazd współczesnej literatury światowej”¹⁸⁷. Jonathan S. Foer, Edward P. Jones, Marc Levy, Ingo Schulze, Zadie Smith to według autorek tekstu pisarze, którzy „*albo sięgną kiedyś po Nobla, albo powtórzą sukces Dana Browna*”¹⁸⁸. Ale także twórcy o uznanej już pozycji na świecie byli bohaterami publikacji zamieszczanych na łamach tygodnika. „Sławny, bogaty, uwielbiany przez czytelników i szanowany przez krytykę literacką”¹⁸⁹ John Irving, „jedyny pisarz z naszej

¹⁸⁰ K. Śmiałkowski, *Sława znaleziona w komiksie*, „Wprost” 2004, nr 12, s. 118.

¹⁸¹ K. Śmiałkowski, współpraca: K. Sławińska: *Rosół dla duszy*, „Wprost” 2004, nr 20, s. 104–105.

¹⁸² Sz. Weiss, *Pokolenie Zagłady*, „Wprost” 2005, nr 34, s. 104.

¹⁸³ M. Sawicka, *Sztukmistrz z Warszawy*, „Wprost” 2004, nr 42, s. 114–[115].

¹⁸⁴ M. Sawicka, *Wrzód palanta*, „Wprost” 2004, nr 6, s. 95. Poniżej tekstu znalazł się wywiad z reżyserem, który podjął się ekranizacji jednej z powieści P. Rotha.

¹⁸⁵ J. Melchior, M. Sawicka, *Seks ze Stalinem*, „Wprost” 2004, nr 21, s. 108–109.

¹⁸⁶ M. Sawicka, *Sherlock Holmsow* [pis. oryg. – M.P.S.], „Wprost” 2004, nr 47, s. 110–[111].

¹⁸⁷ M. Sawicka, współpraca M. Nadziejka, *Piszę, bo czytam*, „Wprost” 2005, nr 45, s. 113.

¹⁸⁸ *Ibidem*, s. 112.

¹⁸⁹ M. Sawicka: *Zapaśnik literatury*, „Wprost” 2005, nr 11, s. 108–[109].

części Europy, który wyszedł poza rodzime piekiełko"¹⁹⁰ Milan Kundera, „wygnańcy literatury”¹⁹¹: Gabriel G. Márquez i Mario V. Llosa czy Haruki Murakami (będący „jednym z najbardziej znanych i cenionych współczesnych pisarzy na świecie”¹⁹²) – to niektórzy z nich. Teksty im poświęcone zajmowały średnio 1,5 strony w tygodniku, opowiadały o ich życiu i krótko charakteryzowały twórczość. Obowiązkowym elementem było zdjęcie lub kilka zdjęć prezentowanego autora. W ten sposób przedstawiono również twórczość Agathy Christie¹⁹³, Toma Clancy¹⁹⁴, J. M. Coetzee¹⁹⁵, Mario V. Llosy¹⁹⁶, V. S. Naipaula¹⁹⁷.

Pisząc o zagranicznych mistrzach pióra, nie zapominano również o polskich autorach. Zazwyczaj jednak pisano o dawnych, uznanych twórcach. Z okazji jubileuszu 45-lecia istnienia warszawskich Hybryd przypomniano czytelnikom nie tylko aktorów i piosenkarzy, ale i poetów oraz pisarzy związanych ze znanym klubem, wyrosłym na fali odwilży w 1956 r.: Mirona Białoszewskiego, Edwarda Stachurę i Leopolda Tyrmanda. Kontrowersyjna śmierć Jerzego Zawieyskiego, dramaturga, prozaika i eseisty¹⁹⁸, opowieść o Julianie Tuwimie i towarzyszącej mu niesławie¹⁹⁹ czy przypomnienie autora *Zielonej Gęsi*, Konstantego I. Gałczyńskiego²⁰⁰ – to kilka następujących przykładów tekstów, poświęconych rodzimej literaturze i jej twórcom. Kilkakrotnie pisano o Cz. Miłoszu: raz z okazji jego zbliżających się 90. urodzin, kiedy indziej przy cytowaniu opinii znanych osób na temat Internetu. Przywołano również pogląd autora *Zniewolonego umysłu* na nowe medium²⁰¹, pisano o wierszach noblisty²⁰², zamieszczono relację ze spotkania poświęconego twórczości poety²⁰³. Z kolei Jerzy Sosnowski, komentując wyniki zorganizowanego przez radiową Trójkę plebiscytu, pisał o „najważniejszej książce”, zastanawiając się nad wyborem tej, która może wywrzeć największy wpływ na czytającego²⁰⁴.

¹⁹⁰ M. Cieślak, *Milan bez ziemi*, „Wprost” 2003, nr 40, s. 112–[113].

¹⁹¹ C. M. Casas, *Wygnańcy literatury*, „Wprost” 2004, nr 3, s. 96–[97].

¹⁹² C. Ishida, *Samotność w Tokio*, „Wprost” 2005, nr 44, s. 118–[119].

¹⁹³ „Wprost” 2001, nr 51/52, s. 130–131.

¹⁹⁴ „Wprost” 2004, nr 20, s. 106–[107].

¹⁹⁵ „Wprost” 2003, nr 41, s. 110–111.

¹⁹⁶ „Wprost” 2003, nr 47, s. 110–111.

¹⁹⁷ „Wprost” 2001, nr 42, s. 126–127.

¹⁹⁸ D. Baliszewski, *Upadek z wysokości*, „Wprost” 2005, nr 26, s. 78–[79].

¹⁹⁹ M. Sawicka, *Kłątwa Tuwima*, „Wprost” 2004, nr 4, s. 98.

²⁰⁰ J. Kobus, *Czarownik Gałczyński*, „Wprost” 2003, nr 9, s. 104.

²⁰¹ M. Karpiński, [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 51/52, s. 68–69.

²⁰² M. Skwarnicki, *Chwila radości*, „Wprost” 2001, nr 28, s. 69.

²⁰³ (MS), *Poetyckie Zaduszki*, „Wprost” 2004, nr 45, s. 104.

²⁰⁴ J. Sosnowski, *Wielka trójka książkowa*, „Wprost” 2002, nr 49, s. [112].

Odrębną grupę tekstów, obok poświęconych literaturze i jej twórcom, stanowiły publikacje związane z funkcjonowaniem współczesnego rynku wydawniczo-księgarskiego w Polsce. Publikowano zarówno dłuższe teksty okolicznościowe, dotyczące na przykład jubileuszu, obchodzonego przez danego wydawcę²⁰⁵, jak i krótsze wzmianki zamieszczane z podobnej okazji²⁰⁶ czy obszerniejsze rozważania, odnoszące się do problematyki, związanej z działalnością edytorską w Polsce.

Wojciech M. Darski, przywołując opinię największych polskich wydawców, którzy zgodnie stwierdzili, że „nie ma kryzysu wydawniczego w naszym kraju”, doszedł do wniosku, że „polski rynek książki rozkwita mimo dekonunktury w gospodarce”²⁰⁷. Jest to zasługa, jak autor twierdził dalej, kilku największych edytorów, których przychody w 2001 r. nie były wcale bagatelne. Jednocześnie przyznał, że „lokomotywami polskich wydawców są popularni zachodni autorzy, z którymi udało się podpisać wieloletnie kontrakty”²⁰⁸, bo, poza kilkoma wyjątkami, „po prostu nie mamy własnych pierwszorzędnych drugorzędnych autorów”²⁰⁹.

Nie bez znaczenia pozostawała też kwestia finansowa, poruszana także na łamach wcześniej omawianego tygodnika „Polityka”. Również w przypadku „Wprost” czytelnik miał okazję poznać zaplecze rynku wydawniczego. Kilkakrotnie opisywano bowiem sprawę wynagrodzenia pisarzy i ich umów z wydawcami. Nawet najbardziej znani, ci, których książki od wielu lat zajmują pierwsze miejsca na listach bestsellerów (na przykład Joanna Chmielewska czy Małgorzata Musierowicz), nie mogą porównywać własnych dochodów z apanażami swych zagranicznych kolegów. Jak dowiadywał się czytelnik,

przeciętny nakład w Polsce nie przekracza 3 tys. egzemplarzy, a honorarium autorskie to zazwyczaj 10 proc. ceny uzyskiwanej przez wydawcę, co często oznacza 1–2 zł od egzemplarza. Na książce zatem autor zarabia najmniej²¹⁰.

Jednym ze sposobów rozwiązania trudnej sytuacji twórców jest zakładanie przez nich własnych oficyn. Czytelnicy „Wprost” mogli dowiedzieć się, że tak zrobiła m.in. Joanna Chmielewska, Andrzej Stasiuk czy Olga Tokarczuk²¹¹.

²⁰⁵ Zob. np. tekst poświęcony wydawnictwu Znak: M. Sawicka, *Krakowskie igrzysko*, „Wprost” 2004, nr 47, s. 114–[115].

²⁰⁶ O 15-leciu wyd. Amber, zob. [br. aut.], *Fart Ambera*, „Wprost” 2004, nr 10, s. 96.

²⁰⁷ W. M. Darski, *Modna książka*, „Wprost” 2002, nr 19, s. 110–111.

²⁰⁸ *Ibidem*, s. 111.

²⁰⁹ *Ibidem*.

²¹⁰ M. Sawicka, *Gwiazdne wojny wydawców*, „Wprost” 2005, nr 20, s. [101].

²¹¹ W. M. Darski, *Maszyny do pisania*, „Wprost” 2002, nr 10, s. 106–[109]; M. Sawicka, *Gwiazdne wojny wydawców*, *ibidem*, 2005, nr 20, s. 100–[101].

Jednocześnie przedstawiono drugą stronę medalu: w jednym z numerów „Wprost” pojawił się tekst, opisujący problemy edytorów i panującą wśród nich nie zawsze uczciwą konkurencję oraz nieelojalność samych autorów²¹². Sytuacji nie poprawiał fakt, że, jak wskazywali autorzy tygodnika, książka, obok innych wytworów kultury, stała się „towarem”, kupowanym na wagę i wykorzystywanym jako produkt marketingowy. „Okazało się, że na rynku produkt kulturalny jest przede wszystkim dobrem konsumpcyjnym”²¹³, jak pisali publicyści „Wprost”, i, co ciekawe, zdawali się, przynajmniej w pewnym sensie, pochwalać taki stan rzeczy. Powołując się na Andy Warhola, zgadzali się, że

kultura nie jest pojęciem czy zjawiskiem ekskluzywnym. Handluje się nią jak piwem czy jogurtem w wielopakach. I dzięki temu coraz więcej osób może z nią obcować. W końcu sensem produkcji kulturalnej nie jest autarkia i niszowy obieg, lecz masowość²¹⁴.

Potwierdzeniem, przynajmniej do pewnego stopnia, cytowanej tezy o traktowaniu książki jako przede wszystkim produktu marketingowego, na którym można zarobić, był kolejny tekst, opisujący działania wydawców, firm muzycznych czy innych instytucji, zwyczajowo związanych z kulturą, wykorzystujących Walentynki jako okazję do zwiększenia swych zysków. K. Śmiałkowski przekonywał czytelników, że „najlepiej sprzedają się produkty [książki, płyty z filmem czy muzyką – przyp. M.P.S.] trafiające na rynek z konkretnej okazji” i ubolewał, że „Chyba tylko ociążałością naszych twórców filmowych można tłumaczyć to, że na święta Bożego Narodzenia nie doczekaliśmy się jeszcze sympatycznej komedii rodzinnej z Mikołajem w roli głównej. Kolejne zestawy kołód to zbyt duża łatwizna”²¹⁵. Tak pragmatyczne i kontrowersyjne podejście do kultury, w tym książki, było jednak rzadkością.

Warto wspomnieć, że redakcja „Wprost” starała się informować swych czytelników również o rozmaitych ciekawych nowinkach związanych z literaturą. Drukowane były one przeważnie w ramach *Kultury*, niekiedy w sporadycznie pojawiającej się rubryce *Wydarzenie tygodnia*, częściej obok recenzji lub na kolejnych stronach pisma. Przybierały różną postać: niektóre były obszernymi tekstami, zajmującymi stronę i więcej w danym numerze, inne miały charakter krótkich wzmianek, jeszcze inne pojawiały się jako kilkunastozdaniowe notki, wzbogacone zdjęciem lub rysunkiem. W jednej grupie znajdowały się te, które dotyczyły zarówno kwestii nie tylko ciekawych, ale jednocześnie poważnych. Do drugiej zaliczyć można

²¹² M. Sawicka, *Gwiazdne wojny...*

²¹³ M. Sawicka, Ł. Radwan, *Hurtownia kultury*, „Wprost” 2004, nr 49, s. 118.

²¹⁴ *Ibidem*, s. [119].

²¹⁵ K. Śmiałkowski, *Kultura miłosnego niepokoju*, „Wprost” 2005, nr 6, s. [105].

takie, które traktowały interesującą nas tematykę z przymrużeniem oka, nierzadko opatrując podawaną informację zabawnym komentarzem.

W pierwszej znalazła się na przykład publikacja o badaniach nad słynnym manuskrypcem Voynicha²¹⁶, tekst o kontrowersjach narosłych wokół Biblii²¹⁷ czy o współpracy polskich pisarzy i poetów z Sowiecami²¹⁸. Interesujący artykuł: *Naród Księgi* ukazał się w marcowym numerze w 2001 r., a dotyczył encyklopedii jako tej pozycji, którą Polacy uważają za niezbędną w swym domowym księgozbiórce. Autor przypominał największe polskie i obce encyklopedie, podkreślając znaczenie tego typu źródła informacji²¹⁹. O reprimie Biblii Gutenberga informował Ł. Radwan²²⁰. W tekście opisującym wzrastającą liczbę ludzi chorujących na depresję i choroby nerwowe przywołano przykłady znanych artystów, twórców, m.in. Sylvii Plath, która „pisała najlepsze wiersze, cierpiąc z powodu bezsenności, gorączki i napadów furii”²²¹ czy Virginii Woolf, która „przechodziła okresy klinicznej depresji, popadała również w nastroje maniakalne”²²². W jednym z numerów pisma pojawił się krótki tekst opisujący modę na tworzenie kontynuacji uznanych dzieł²²³, w innym informowano o liczbie sprzedanych egzemplarzy nowej powieści A. Sapkowskiego (*Narrentarum*) i tłumaczeniu na język hiszpański innej jego książki²²⁴.

W grupie drugiej umieścić można na przykład doniesienie o „pisaniu” książki przez jednego z polityków, lidera Samoobrony, Andrzeja Leppera²²⁵, informację o ukazaniu się w księgarniach w Moskwie rzekomo nie publikowanej dotąd części *Podróży Guliwera* Jonathana Swifta²²⁶, wzmiankę o podaniu w encyklopedii „Gazety Wyborczej” błędnej informacji o śmierci żyjącego nadal Mariana Grześczaaka, prezesa Stowarzyszenia Pisarzy Polskich²²⁷.

²¹⁶ P. Górecki, *Rękopis znaleziony we Frascati*, „Wprost” 2004, nr 38, s. 86–[87].

²¹⁷ A. Baranowska, *Najnowszy Testament*, „Wprost” 2004, nr 15, s. 80. Z kolei zupełnie inny charakter miała krótka notka, dotycząca *Nowego Testamentu*, opublikowanego w postaci kolorowego pisma, adresowanego do nastolatków przez Wydawnictwo Transit Books; zob. (DŁ), *Biblia w stylu pop*, „Wprost” 2003, nr 38, s. [81].

²¹⁸ K. Kołodziejcki, *Elita niewolników Stalina*, „Wprost” 2003, nr 38, s. 68–70.

²¹⁹ A. Szarlik, współpraca: M. Maciejewska: *Naród księgi*, „Wprost” 2001, nr 12, s. 78, 80.

²²⁰ Ł. Radwan, *Gutenberg współczesny*, „Wprost” 2002, nr 48, s. 122–123.

²²¹ J. Michalak, *Mózg na huśtawce*, „Wprost” 2003, nr 2, s. [76]–[77].

²²² *Ibidem*.

²²³ J. Melchior, *Literatura dopisana*, „Wprost” 2003, nr 13, s. 97.

²²⁴ [br. aut.], *El Brujo znaczy Wiedźmin*, „Wprost” 2002, nr 46, s. 102.

²²⁵ (MS), *Płodny Lepper*, „Wprost” 2004, nr 14, s. 7.

²²⁶ (MS), *Swawolne Liliputy*, „Wprost” 2005, nr 33, s. 92.

²²⁷ (AB), *Grześczaak żyje!*, „Wprost” 2005, nr 35, s. [11].

Zazwyczaj w kilku zdaniach informowano także o nagrodach²²⁸. I tak na przykład w numerze 42. w 2001 r. pojawiła się notka o Nagrodzie Nike dla Jerzego Pilcha za jego książkę *Pod Mocnym Aniołem*. W numerze 48 z 2003 r. informowano o Nagrodzie Pen Clubu dla Jana Krasińskiego, autora cyklu powieści, m.in. *Na stracenie*, *Twarzą do ściany*. Donoszono o wręczeniu Nagrody Wielkiej Fundacji Kultury m.in. dla poety ks. Jana Twardowskiego, o nagrodzie dla Idy Fink (autorki opowiadań i powieści o Holocauście), tworzącej w języku polskim, także wręczonej przez Pen Club.

Postać krótkich doniesień przybierały również zazwyczaj informacje dotyczące targów i innych imprez związanych z książką. Pisano m.in. o krakowskich targach książki²²⁹, VII Międzynarodowym Festiwalu Sztuki Książki w Warszawie²³⁰, 49. Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie²³¹. Przeważnie ograniczano się do zwięzłej notki:

483 wydawnictwa, w tym 177 polskich, wzięły udział w 47. Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie. Gośćmi imprezy byli: Carlos Fuentes i Hari Kunzru (autor najdroższego debiutu w dziejach rynku wydawniczego, powieści „Impresjonista”, za którą zapłacono 1,8 mln dolarów). Tegoroczne targi to pierwszy krok do stworzenia festiwalu książki – nowej formuły imprezy wykorzystującej różne media (od plastyki po seanse filmowe)²³².

Informowano o Międzynarodowych Targach Książki w Göteborgu, gdzie gościem honorowym miała być Polska²³³. Zaledwie kilkakrotnie doniesienia związane z tego typu wydarzeniami miały objętość nieco większą. Tak było przy omawianiu 5. Targów Książki w Warszawie, kiedy felietonista pisma, M. Skwarnicki, podzielił się z czytelnikami swymi wrażeniami z tejże imprezy²³⁴. Podobnie nieco obszerniejszy komentarz pojawił się dwa lata później, kiedy pisano o malejącej randze Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie, zauważając, że w sytuacji, gdy „wszystkie okoliczne księgarnie kuszą tytułami ze światowych list bestsellerów, wiara, że czytelnik zapłaci za bilet tylko po to, by ujrzeć je na targowych stoiskach, prowadzi donikąd”²³⁵. Honorowi goście kolejnych targów, Rosjanie, byli bohaterami wspomnianego wcześniej tekstu *Seks ze Stalinem*²³⁶. W jednym z numerów pisma znalazła się krótka relacja z zakończonych niedawno Dni

²²⁸ Zob. np. tekst autorstwa M. Gretkowskiej, poświęcony polskim nagrodom literackim w 2001 r. i ich laureatom: M. Gretkowska, *Nagroda bez głowy*, „Wprost” 2001, nr 38, s. 116.

²²⁹ (MS), *Kraków książki*, „Wprost” 2005, nr 44, s. [109].

²³⁰ [br. aut.], *Księgi jak rzeźby*, „Wprost” 2003, nr 20, s. 113.

²³¹ [br. aut.], *Kochanka Gutenberga*, „Wprost” 2004, nr 22, s. 98.

²³² [br. aut.], *Festiwal książki*, „Wprost” 2002, nr 21, s. 106.

²³³ [br. aut.], *Potop polski*, „Wprost” 2003, nr 41, s. 105.

²³⁴ M. Skwarnicki, *Biblioteczka flisaka*, „Wprost” 2001, nr 45, s. 83.

²³⁵ [br. aut.], *Targi czyli kiermasz*, „Wprost” 2003, nr 21, s. 104.

²³⁶ J. Melchior, M. Sawicka, *Seks ze Stalinem*, „Wprost” 2004, nr 21, s. 108–[109].

Tischnerowskich²³⁷. Donoszono także o obecności Biblioteki Narodowej na 14. Targach Książki w Warszawie²³⁸.

Na temat bibliotek pojawiło się na łamach pisma w badanym okresie zaledwie kilka informacji. Na przykład w 2003 r. czytelnicy mieli możliwość dowiedzieć się więcej o kontrowersyjnych planach polskiego rządu dotyczących przekazania Niemcom zbiorów tzw. Berlinki²³⁹. Przeważnie jednak informacje związane z bibliotekami miały postać kilku-, kilkunastozdaniowych wzmianek o charakterze czysto informacyjnym. Odnotowano fakt oddania do użytku nowego gmachu Biblioteki Jagiellońskiej przy okazji inauguracji 638. roku akademickiego²⁴⁰, donoszono o darach, przekazywanych Bibliotece Narodowej zarówno przez osoby prywatne, jak i organizacje²⁴¹, planach digitalizacji jej zbiorów²⁴². Realizując politykę propagowania nowych mediów, redakcja pisała o bibliotekach wirtualnych²⁴³, proponowano skorzystanie z wortalu *Historia Książki*, zawierającego ciekawostki dotyczące książki i bibliotek²⁴⁴ czy donoszono o popularyzacji literatury przez Internet, w którym pojawia się coraz więcej poświęconych jej serwisów²⁴⁵.

Jakkolwiek na łamach „Wprost” liczba informacji związanych z książką i ich zróżnicowanie były mniejsze niż w przypadku „Polityki”, to jednak i tym razem niemożliwe jest zaprezentowanie ich wszystkich. Warto jednak wspomnieć jeszcze o recenzjach czy choćby krótkich doniesieniach dotyczących ekranizacji znanych powieści, nie tylko literatury klasycznej, ale i bestsellerów powieści współczesnych oraz inscenizacjach dramatów. Tego typu informacji ukazało się przez 5 lat na łamach „Wprost” 136 (99 informacji o ekranizacjach i 47 na temat inscenizacji). Miały one różną objętość i charakteryzowały się różnym stopniem analizy prezentowanego materiału. Dzięki nim czytelnik tygodnika dowiedział się m.in. o kolejnej w historii ekranizacji *Quo vadis* Henryka Sienkiewicza, *Ogniem i mieczem* tegoż autora, *Starej Baśni* Józefa I. Kraszewskiego, kolejnych części cyklu o Harrym Potterze, romansu wszechczasów, czyli *Przeminęło z wiatrem*, przeniesieniu na srebrny ekran *Wiedźmina* A. Sapkowskiego, o kolejnej ekranizacji *Solaris* St. Lema. Recenzje planowanych bądź już zrealizowanych

²³⁷ (JK), [br. tyt.], zob. „Wprost” 2001, nr 23, s. 108.

²³⁸ [br. aut.], *Narodowa na targach*, „Wprost” 2003, nr 39, s. 96.

²³⁹ S. Sieradzki, *Pruski targ*, „Wprost” 2003, nr 39, s. 102–103.

²⁴⁰ P. Jasica, [br. tyt.], „Wprost” 2001, nr 41, s. 118.

²⁴¹ Zob. np. J. Kobus, *Żaglowiec pamięci narodowej*, „Wprost” 2003, nr 10, s. 96; (JK), [br. tyt.], *ibidem*, 2001, nr 27, s. 102; [br. aut.], *Pielgrzym Gere*, *ibidem*, 2002, nr 38, s. 7; (JK), [br. tyt.], 2001, nr 27, s. 102.

²⁴² Zob. J. Kobus, *Żaglowiec pamięci...*

²⁴³ K. Wypustek, *Globalna biblioteka*, „Wprost” 2001, nr 6, s. 48–49.

²⁴⁴ [br. aut.], *Akademia bibliofila*, „Wprost” 2002, nr 24, s. 64.

²⁴⁵ [br. aut.], *Biblioteczka internauty*, „Wprost” 2001, nr 32, s. 52. W tej krótkiej notce znalazła się informacja o stronie, założonej przez licealistę.

ekranizacji nie zawsze miały charakter pozytywny. Pisząc o polskiej kulturze, w tym literaturze i przeniesieniu jej klasyki na ekran, J. Melchior uznał, że: „Tylko 5 proc. polskiej produkcji kulturalnej ma szansę w konfrontacji z zachodnim importem”²⁴⁶. Pisząc o polskim i światowym kinie w 2001 r., J. Kobus stwierdziła z kolei:

niewiele jest nowych pomysłów, twórcy filmowi przede wszystkim dyskontują wcześniejsze sukcesy – własne lub cudze. Z ekranowej dominacji adaptacji i sequeli płynie smutny wniosek: kino zjada własny ogon. [...] polskie kino zachłysnęło się adaptacjami rodzimej literatury. Amerykańskie nadal faworyzuje sequele²⁴⁷.

Negatywnie odniesiono się do ekranizacji jednej z części wspomnianego cyklu o małym czarodzieju, autorstwa Joanne K. Rowling²⁴⁸. Z kolei pisząc o zastoju w polskim kinie familijnym, wspomniano o przeniesieniu na ekran kolejnej powieści H. Sienkiewicza: *W pustyni i w puszczy*²⁴⁹. W 2003 r. T. Raczek chociaż przyznał, że

największe sukcesy filmowe mijającego roku należały do sprawnych rzemieślników, realizujących precyzyjnie nakreślone plany marketingowe. Zwycięzali najwierniejsi ilustratorzy fabuł, które wcześniej zdobyły nasze serca dzięki książkom i komiksom,

to jednak równocześnie stwierdził, że

gdyby przyjrzeć się bliżej wartości artystycznej tych trzech liderów [mowa o ekranizacji książek o Harrym Potterze, *Władcy pierścieni* i komiksu *Spider-Man* – przyp. M.P.S.], trzeba by wyraźnie powiedzieć, że jest ona tylko zadowalająca. Raz lepsza, raz gorsza. Żaden z tych filmów na pewno nie stanie się przełomowym dziełem w dziejach kinematografii. Także ich reżyserzy [...] raczej nie dołączą do panteonu największych twórców²⁵⁰.

T. Raczek przypominał zatem, że fakt, iż książka jest bestsellerem, nie gwarantuje jeszcze sukcesu jej ekranizacji. Chociaż zdarzają się wyjątki, do których należy John Grisham – „prawdziwa maszynka do produkcji bestsellerów: książkowych i filmowych [...] kasowy pewniak”²⁵¹, autor prawniczych dreszczowców, które stają się przebojami kinowymi.

Pisano nie tylko o znanych dziełach, przeniesionych na ekran. Wspomniano również na przykład o ekranizacji książki *Requiem dla snu* Huberta Selby`ego²⁵² czy *Wyznań gejszy* Arthura Guldena²⁵³.

²⁴⁶ J. Melchior, *Kultura nic*, „Wprost” 2003, nr 9, s. [98]–101.

²⁴⁷ J. Kobus, *Quo vadis, Hannibalu?*, „Wprost” 2001, nr 1, s. 102–103.

²⁴⁸ Z. Kałużyński, T. Raczek, *Banał na miotle*, „Wprost” 2002, nr 5, s. 106–107.

²⁴⁹ J. Kobus, *Sienkiewicz politycznie poprawny*, „Wprost” 2001, nr 12, s. 116–118.

²⁵⁰ T. Raczek, *Ruchome ilustracje*, „Wprost” 2003, nr 2, s. 67.

²⁵¹ Ł. Radwan, *Adwokat diabła*, „Wprost” 2003, nr 43, s. 112–113.

²⁵² [br. aut.], *Prywatne piekło*, „Wprost” 2003, nr 30, s. 89.

²⁵³ (PB), *Co wy wiecie o gejszach*, „Wprost” 2005, nr 49, s. 96.

W przypadku informacji dotyczących inscenizacji, najczęstszym przedmiotem tych zazwyczaj kilkudzaniowych wzmianek były dramaty Williama Szekspira. Informowano o VII Festiwalu Szekspirowskim w Gdańsku (również reklama tej imprezy pojawiała się kilkakrotnie na łamach pisma), a także o przedstawieniach festiwalu Malty, w trakcie którego planowano wystawić dramaty W. Szekspira. Czytelnik mógł też dowiedzieć się o udanej premierze *Snu nocy letniej*, *Komedii omyłek*, wystawieniu *Makbeta* i *Hamleta*. Raz pojawił się obszerniejszy tekst dotyczący różnych inscenizacji dzieł W. Szekspira. Wspomniano również o adaptacji *Hanemanna* Stefana Chwina, przeniesionego na scenę teatru Wybrzeże, o dziełach Sławomira Mrożka: *Krawcu* i *Wielebnych* oraz *Weselu* Stanisława Wyspiańskiego.

Niejako uzupełnieniem tego typu informacji były reklamy, rekomendujące kolejne ekranizacje, na przykład hasłem „Zmierz się z ciemnymi siłami Mordoru” zapraszano czytelników na *Dwie wieże* (I część *Władcy pierścieni*), a „Skradziono mu tożsamość. Teraz chce ją odzyskać” na *Krucjatę Bourne’a*.

W badanym okresie pojawiły się 34 reklamy ekranizacji znanych utworów, a najczęstszym ich przedmiotem były kolejne części trylogii J. R. R. Tolkiena²⁵⁴.

Wiele publikacji doczekało się odzewu ze strony czytelników. Listy od nich drukowano w rubryce *Poczta* albo *Wprost od czytelników*. Kilku z nich nawiązywało do recenzji wspomnianych ekranizacji książek J. R. R. Tolkiena, odpierając zarzuty stawiane przez dziennikarzy „Wprost”²⁵⁵. Odnoszono się także m.in. do nieudanej ekranizacji *Quo vadis*²⁵⁶. Pojawiały się również głosy w sprawie powieści o Harrym Potterze²⁵⁷.

Warto wspomnieć też o kolejnej formie promocji książki: drukowaniu na łamach pisma jej fragmentów. W przypadku omawianego periodyku były to z reguły zapowiedzi mających się dopiero ukazać propozycji wydawniczych. W ten sposób czytelnik „Wprost” mógł poznać 17 lektur, a wśród nich m.in. recenzowaną i reklamowaną na łamach tygodnika książkę *Ukraina na zakręcie. Drogi i bezdroża pomarańczowej rewolucji*²⁵⁸, książkę Anny Politkowskiej *Rosja Putina*²⁵⁹ czy fragment książki S. Bratkowskiego *Nieco inna historia cywilizacji. Dzieje banków, bankierów i obrotu pieniężnego*²⁶⁰ albo Daniela Pipesa *Wojujący islam sięga po Amerykę*²⁶¹, a także *Ryszard Kukliń-*

²⁵⁴ Zob. np. „Wprost” 2003, nr 36, s. [49]; 2004, nr 1, s. [77]; 2003, nr 35, s. [77].

²⁵⁵ „Wprost” 2002, nr 12, s. [16].

²⁵⁶ „Wprost” 2001, nr 42, s. 3; nr 36, s. 11.

²⁵⁷ „Wprost” 2002, nr 7, s. 17; nr 8, s. [16].

²⁵⁸ W tym przypadku był to przykład promocji prospektywnej: wydrukowano fragment książki, która dopiero miała się ukazać na rynku. Był to tytuł przygotowywany przez autorów pisma. Zob. „Wprost” 2005, nr 32, s. 86–88.

²⁵⁹ „Wprost” 2005, nr 35, s. [83]–[85].

²⁶⁰ „Wprost” 2003, nr 1, s. 68–70.

²⁶¹ „Wprost” 2003, nr 32, s. 85–86.

ski. *Życie ściśle tajne* Benjamina Weisera²⁶². Wśród proponowanych w ten sposób tytułów pojawiły się również nieco łatwiejsze w odbiorze książki, na przykład *Wniebowzięci, czyli jak to się robi...* M. Łuczaka²⁶³ czy *Polka* M. Gretkowskiej²⁶⁴.

Na łamach pisma pojawiały się także okolicznościowe formy informacji o książce, związane ze zbliżającymi się świętami bądź wakacjami²⁶⁵. W 2004 r. czterokrotnie w *Wakacyjnej czytelnicy* znalazły się propozycje kilku tytułów: biografii, powieści przygodowych, zbioru opowiadań, młodzieżowej sagi *fantasy*, a także lektur związanych z rocznicą Powstania Warszawskiego, z krótkimi adnotacjami treściowymi, uzupełnionymi kopiami okładek polecanych książek²⁶⁶. Rok później redakcja poprosiła znanych krytyków i pisarzy o propozycje lektur na wakacje. Wśród rekomendujących znaleźli m.in. się Hanna Krall, Antoni Libera, Andrzej Pilipiuk, Izabela Sowa i Tomasz Łubieński. Ich propozycje, opatrzone dłuższym niż w poprzednim przypadku opisem, objęły 16 tytułów²⁶⁷. Również z okazji zbliżających się Świąt Bożego Narodzenia redakcja proponowała pod choinkę książki: w 2004 r. w dwustronicowym zestawieniu, obok płyt z filmami, znalazły się m.in. albumy, encyklopedie, a także propozycje dla dzieci; każdy z tytułów był krótko omówiony²⁶⁸. W 2005 r. redakcja zaproponowała już tylko trzy tytuły. Wraz z książkami polecano płyty dvd z muzyką²⁶⁹.

2.3.3.4.3. *Pionierzy nowej epoki*²⁷⁰: konkursy i akcje

Ostatnią grupę informacji, związanych z książką, pojawiającą się na łamach pisma, stanowiły konkursy i akcje. W porównaniu z wcześniej omawianym tygodnikiem „Polityka”, „Wprost” nie może poszczycić się zbyt

²⁶² „Wprost” 2005, nr 6, s. [72]–[75].

²⁶³ „Wprost” 2004, nr 38, s. 114–115.

²⁶⁴ „Wprost” 2001, nr 18, s. 96–97.

²⁶⁵ Warto przy tej okazji zwrócić uwagę na felieton K. Skiby: *Lektury na chmury*, w którym autor w specyficzny dla siebie sposób wyrażał własne zdanie na temat wakacyjnej lektury, w kontekście ogólnej sytuacji w kraju. Zob. K. Skiba, *Lektury na chmury*, „Wprost” 2005, nr 28, s. 114.

²⁶⁶ [br. aut.], *Wakacyjna czytelnicy*, „Wprost” 2004, nr 29, s. 86 (w tym przypadku redakcja zaproponowała czytelnikom konkurs: w nagrodę za napisanie krótkiej recenzji jednego z proponowanych tytułów mieli oni otrzymać tę właśnie książkę); „Wprost” 2004, nr 31, s. 86; nr 32, s. 88; nr 34, s. 86.

²⁶⁷ [br. aut.], *Krzyżacki poker w cieniu wiatru*, „Wprost” 2005, nr 26, s. 109–110.

²⁶⁸ [br. aut.], *Wprost poleca pod choinkę*, „Wprost” 2004, nr 49, s. 110–[111].

²⁶⁹ Były to: *Anioły i demony* (D. Browna), *Anioł* (H. Vorgrimlera i in.), *Potrawy biblijne* (J. Hutta i H. Kleina). Zob. [br. aut.], *Wprost poleca pod choinkę*, „Wprost” 2005, nr 49, s. [111].

²⁷⁰ Tytuł relacji z rozwiązania 4. edycji konkursu dla młodych dziennikarzy. Zob. T. Wojciechowski, *Pionierzy nowej epoki*, „Wprost” 2001, nr 23, s. 34–35.

wieloma tego typu przedsięwzięciami. Dorobek pisma w tym względzie przedstawia się bardzo skromnie: kilka jednorazowych inicjatyw, niewiele więcej pomysłów, w których „Wprost” był współorganizatorem i nieco więcej tych, o których w tygodniku informowano, przeważnie zresztą w postaci płatnego ogłoszenia.

Do pierwszej grupy zaliczyć można konkursy. Tego typu przedsięwzięć inicjowanych, czy raczej współorganizowanych przez tygodnik, było bardzo niewiele.

Przedsięwzięcia bezpośrednio związane z książką, które można zaliczyć do tej kategorii, pojawiły się dwukrotnie w 2004 r., w okresie wakacyjnym. Pierwszy raz redakcja zaprosiła czytelników do udziału w swego rodzaju konkursie 4 lipca (2004). Pod recenzjami trzech książek pojawiła się obietnica, że przedstawione tytuły otrzymają ci, którzy w najlepszy sposób uzasadnią swoją chęć ich posiadania²⁷¹. Dwa tygodnie później, w podobnej formule, pojawiły się recenzje trzech innych książek. Tym razem tylko jeden z wymienionych tytułów stanowił nagrodę. Miał ją otrzymać ten, kto napisze najciekawszą recenzję tej książki²⁷².

Do innej grupy inicjatyw pisma można zaliczyć wspomniany wcześniej, organizowany od roku 1998 przez tygodnik „Wprost” wraz z Ambasadą USA w Polsce, konkurs adresowany do młodych dziennikarzy *Walcz o staż!*. Za każdym razem proponowano zainteresowanym inny temat, który miał stać się podstawą ich konkursowej pracy. I tak, hasłem edycji w roku 2001 było: *Pionierzy nowej epoki*, w roku następnym: *Nowe wyzwania nowego wieku*, w 2003 r.: *Euroameryka?*, a następna edycja przebiegała pod hasłem *Amerikanizacja kultury czy jednolita kultura globalna? W ostatnim analizowanym roku, 2005, uczestnicy mieli odpowiedzieć na pytanie: Czy możliwa jest demokracja w krajach posttotalitarnych?* Nadsyłane na konkurs prace oceniała specjalna komisja, w której zasiadali m.in. rzecznik prasowy ambasady amerykańskiej, prezes AWR „Wprost”, redaktor naczelny pisma i kilku wybranych dziennikarzy. Nagrodą główną był staż w The Missouri School of Journalism, na laureatów czekały także staże w redakcji tygodnika „Wprost”, zaproszenia na uroczystą galę wręczenia tytułów Człowieka Roku oraz liczne nagrody rzeczowe.

Podobny charakter miał inny konkurs, tym razem objęty patronatem medialnym przez „Wprost”: *Reportaż na Staż*. W 2004 r. organizatorem tego konkursu, adresowanego do studentów, było Studenckie Koło Naukowe

²⁷¹ [br. aut.], *Na deszczowe dni*, „Wprost” 2004, nr 27, s. 92. Proponowano książki: *Wiosna Pl-Boya. Życie seksualne oswojonych* M. Szczygielskiego, *Kuba Rozpruwacz. Portret zabójcy* (P. Cornweel) oraz *Między niebem a piekłem* w oprac. B. Pawlikowskiej.

²⁷² [br. aut.], *Wakacyjna czytelnia*, „Wprost” 2004, nr 29, s. 86. Tym razem były to następujące tytuły: *Miłość i śmierć. Morderstwo Kurta Cobaina* M. Wallace’a i I. Halperine’a, *Liczy się każda sekunda* L. Armstronga i S. Jenkins oraz *Picasso. Biografia* autorstwa H. Gidele’a.

Językoznawców przy Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Śląskiego²⁷³. Nagrody przyznawano w kategoriach: radiowej, telewizyjnej i prasowej.

Innym konkursem była wspólna inicjatywa Muzeum Powstania Warszawskiego oraz tygodnika „Wprost”: *Powstańcze blizny*. W 2005 r. na łamach pisma pojawiło się ogłoszenie, w którym organizatorzy zapraszali czytelników do napisania eseju związanego ze wspomnieniami dotyczącymi Powstania 1944 r.²⁷⁴ Nagrodą główną była kwota 5 tys. zł oraz pióro, którego fundatorem był Lech Kaczyński, ówczesny prezydent stolicy. Kilka tygodni później ogłoszono listę zwycięzców²⁷⁵.

Warto wspomnieć również o jednej z najstarszych inicjatyw współorganizowanych przez redakcję tygodnika, którą był Konkurs im. Krzysztofa Mętraka, organizowany od 1995 r. Inicjatywa ta miała na celu promocję ludzi młodych (do 32. roku życia), piszących o filmie. Konkurs adresowany był do studentów, dziennikarzy i krytyków²⁷⁶.

Ważną grupę stanowiły konkursy, o których czytelnik dowiadywał się dzięki ogłoszeniom, zamieszczanym na łamach periodyku. W pierwszym rzędzie zaliczyć do nich można cykliczny Konkurs im. Józefa Mackiewicza. Po raz pierwszy informacja na ten temat pojawiła się w numerze 37. w 2001 r.²⁷⁷ Odtąd co roku we „Wprost” informowano najpierw o zasadach konkursu, a później zamieszczano krótką relację z wręczenia nagród laureatom. Zwycięzca otrzymywał medal z mottem, stanowiącym cytat słów autora *Okien zatkanych szmatami*: „Jedynie prawda jest ciekawa” oraz czek (na przykład w 2003 r. na 8 tys. dolarów), fundowany przez osoby prywatne (we wspomnianym 2003 r. byli nimi Jan M. Małek oraz Zbigniew Zarywski). Poza głównym laureatem wybierano wśród nominowanych autorów, którzy otrzymywali wyróżnienia; tych nagradzano od 2004 r. popiersiem J. Mackiewicza. Nagrodę przyznawano „za książki odznaczające się wybitnymi walorami literackimi oraz tematyką ważną kulturowo, społecznie lub politycznie”²⁷⁸. W tabeli 25 zaprezentowano listę zwycięzców wraz z tytułami książek, które zostały nagrodzone (po raz pierwszy nagrodę przyznano w 2002 r.)²⁷⁹.

²⁷³ Informacje o wynikach konkursu w 2004 r., zob. [br. aut.], *Konkurs na staż*, „Wprost” 2004, nr 16, s. 92.

²⁷⁴ Zob. np. „Wprost” 2004, nr 4, s. 32, powtórzone m.in. *ibidem*, nr 7, s. 33.

²⁷⁵ „Wprost” 2004, nr 14, s. 6.

²⁷⁶ Np. w 2004 r. przewidziano trzy nagrody: I w wysokości 10 tys. zł oraz rzeźba autorstwa A. Myjaka, II – w wysokości 5 tys. zł, oraz III – 2,5 tys. zł.

²⁷⁷ [br. aut.], *Nagroda im. Józefa Mackiewicza*, „Wprost” 2001, nr 37, s. 11.

²⁷⁸ www.mackiewicz.pl, 10 października 2010.

²⁷⁹ Chociaż tygodnik nie był bezpośrednim organizatorem konkursu, warto wymienić jego laureatów, jako że była to ważna impreza kulturalna, która była przedmiotem publikacji na łamach omawianego periodyku.

Tabela 25. Laureaci Nagrody Literackiej im. Józefa Mackiewicza

Rok, w którym przyznano nagrodę	Nazwisko laureata	Tytuł nagrodzonej publikacji
2002	Nagroda główna: Władysław Siemaszko Ewa Siemaszko	<i>Ludobójstwo dokonane przez nacjonalistów ukraińskich na ludności polskiej Wołynia 1939–1945</i> (Wydawnictwo Von Borowiecky)
	Wyróżnienie: Dawid Bieńkowski	<i>Jest</i> (Wydawnictwo Agawa)
	Wyróżnienie: Wojciech Kleniec	<i>Proces pokazowy</i> (Wydawnictwo El-Ka)
2003	Nagroda główna: Jan M. Chodakiewicz	<i>Ejszyszki. Kulisy zająć w Ejszyszkach, epilog stosunków polsko-żydowskich na Kresach 1944–1945</i> (Wydawnictwo Fronda)
	Wyróżnienie: Maciej Urbanowski	<i>Oczyszczenie. Szkice o literaturze polskiej XX wieku</i> (Wydawnictwo Arcana)
	Wyróżnienie: Cezary Michalski	<i>Siła odpychania</i> (Wydawnictwo W.A.M.)
2004	Nagroda główna: Wojciech Albiński	<i>Kalahari</i> (Wydawnictwo Twój Styl)
	Wyróżnienie: Anna Pawełczyńska	<i>Koniec kresowego świata</i> (Wydawnictwo Test)
	Wyróżnienie: Wacław Holewiński	<i>Lament nad Babilonem</i> (Wydawnictwo Prószyński i S-ka)
2005	Nagroda główna: Eustachy Ryłski	<i>Człowiek w cieniu</i> (Wydawnictwo Świat Książki)
	Wyróżnienie: Sławomir Cenckiewicz	<i>Oczami bezpieki. Szkice i materiały z dziejów aparatu bezpieczeństwa PRL</i> (Wydawnictwo Arcana)
	Wyróżnienie: Aleksander Kopiński	<i>Ludzie z charakterem. O okupacyjnym sporze Czesława Miłosza i Andrzeja Trzebińskiego</i> (Wydawnictwo Fronda)

Źródło: www.mackiewicz.pl oraz badania własne.

Na łamach periodyku informowano także o 2. edycji Nagród Asy Empiku (ta sama inicjatywa reklamowana była także na łamach „Polityki”). W anonsie pojawiła się lista 12 propozycji nominowanych do nagrody Wydarzenie Roku 2000 (wśród nich znalazły się obok tytułu filmu, płyt z muzyką też propozycje książkowe), a zadanie czytelnika polegało na zaznaczeniu wybranej przez siebie pozycji, wypełnieniu kuponu i wrzuceniu go do urn, wystawionych w salonach sieci Empik. Nagrodę otrzymać miały osoby,

których wybór pokryłby się z werdyktem jury²⁸⁰. Kilka tygodni później pojawiła się informacja o laureatach. W kategorii książki polskiej została nagrodzona Joanna Chmielewska za tytuł *Jak wytrzymać z mężczyzną*, a w kategorii książki zagranicznej – *Internet – praktyczny przewodnik* (Angusa J. Kennedy'ego)²⁸¹.

Innym konkursem była propozycja Świata Książki, *nota bene* reklamowana również na łamach tygodnika „Polityka”. *Złote pióro* był to konkurs na współczesną powieść dla kobiet – jego anons pojawił się w piśmie w roku 2002 i 2003²⁸².

Niektóre informacje miały charakter zaproszenia na imprezy związane z książką: dzięki nim czytelnicy dowiedzieli się m.in. o spotkaniu z Suzanne Clarke, autorką m.in. powieści *Jonathan Strange i pan Norrel*²⁸³, Niną Terentiew (było to spotkanie promujące książkę *Zwierzenia kontrolowane*)²⁸⁴, a także o zorganizowanej w redakcji „Wprost” promocji książki Bronisława Wildsteina *Długi cień PRL-u...*²⁸⁵, spotkaniu autorskim z Tadeuszem Różewiczem z okazji wydania 1. tomu jego *Utworów zebranych*²⁸⁶ oraz z Leszkiem Szarugą²⁸⁷. Nie omieszkano poinformować czytelników także o niezwykle udanej imprezie z okazji wydania książki jednego ze współpracowników pisma. Redakcja „Wprost” zorganizowała w jednej z warszawskich księgarń spotkanie promocyjne z T. Raczkim, autorem *Karuzeli z herosami, czyli męskiego świata w 57 odśtonach*²⁸⁸. W 2005 r. czytelnicy dowiedzieli się o pierwszej edycji imprezy w ramach całorocznego cyklu „4 pory książki”, organizowanego przez Instytut Książki²⁸⁹.

Informacje związane z przedsięwzięciami promującymi książkę przybierały także postać reklam. Tak było na przykład w odniesieniu do targów. W ciągu badanego okresu pojawiło się ich jednak niewiele (12), przy czym jedno z nich zostało zamieszczone nie przez organizatorów, a przez wydawcę. Świat Książki proponował czytelnikom spotkania z zaproszonymi przez siebie pisarzami (Nicci Frenchem, Carlosem Fuentesem i Katarzyną Pisarzewska). Dwukrotnie na łamach pisma znalazło się zaproszenie (także

²⁸⁰ Anons reklamowy, zob. „Wprost” 2001, nr 3, s. [18]. Warto wspomnieć, że na koniec 2001 r. EMPiK dołączył do grudniowego numeru tygodnika świąteczną kartę rabatową, upoważniającą do zniżki przy zakupach (w tym książkowych) w salonach sieci.

²⁸¹ „Wprost” 2001, nr 7, s. 99.

²⁸² Konkurs ten został już wcześniej omówiony w rozdziale poświęconym tygodnikowi „Polityka”. Zob. s. 118.

²⁸³ (MS), *Spotkanie z magią*, „Wprost” 2004, nr 47, s. [107].

²⁸⁴ „Wprost” 2004, nr 23, s. 101.

²⁸⁵ „Wprost” 2005, nr 19, s. 10.

²⁸⁶ „Wprost” 2003, nr 50, s. 102.

²⁸⁷ „Wprost” 2002, nr 6, s. 100.

²⁸⁸ (ŁR), *57 herosów i jeden Raczek*, „Wprost” 2004, nr 48, s. 98.

²⁸⁹ (EMP), *Jesień prozy*, „Wprost” 2005, nr 41, s. 116.

w formie reklamy) do udziału w Dniach Tischnerowskich, a także na Święto Młodego Czytelnika, organizowane przez Progenia.

Jako podsumowanie tej części rozdziału warto przytoczyć kilka interesujących tytułów omawianych powyżej informacji²⁹⁰: *Białe kruki*, *Braterstwo kultur*, *Co leży na wieży?*, *Dzieje Księgi*, *Festiwal książki*, *Naród księgi*, *Pamięć dziejów*, *Piszę, bo czytam*, *Wielkie czytanie*, *Zapach książki*, *Zapaśnik literatury*.

Na zakończenie tych rozważań należy zwrócić uwagę na fakt, że redakcja tygodnika nie zorganizowała samodzielnie w badanym okresie żadnego konkursu, bezpośrednio związanego z książką, nie podjęła również żadnej innej inicjatywy, której celem byłaby promocja literatury.

2.3.4. Gazeta w niebezpieczeństwie²⁹¹: inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Na łamach „Wprost” w analizowanych 5 rocznikach ukazało się 1157 rozmaitego rodzaju informacji związanych bezpośrednio bądź pośrednio z prasą (498 publikacji tekstowych oraz 659 reklam). Można je podzielić na trzy grupy.

Największą stanowiły kilkudzaniowe wzmianki, dotyczące zarówno faktów, jak i ludzi, związanych z „czwartą władzą”. Część z tych informacji, w formie krótkich notek, drukowano w rubryce *Z życia koalicji/Z życia opozycji*. Tutaj pojawiały się prześmiewcze komentarze, dotyczące głównie sceny politycznej, ale nierzadko ich autorzy, Robert Mazurek i Igor Zalewski, jako przedmiot żartów wybierali gazety bądź czasopisma i zamieszczane w nich teksty oraz pracujących tam dziennikarzy. Najczęstszym celem ataków był konkurencyjny tygodnik „Polityka”, ale również „Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita”. Także w innych działach i rubrykach znajdowały się krótkie notki, informujące o zmianach na rynku prasowym. Czytelnicy dowiedzieli się na przykład o planach firmy dystrybucyjnej Kolporter, która zamierzała wziąć udział w prywatyzacji RUCH-u²⁹², poszerzeniu przez firmę wydawniczą Agora asortymentu wydawanej prasy²⁹³, kupnie przez norweski koncern Orkla dziennika „Życie Warszawy”²⁹⁴, odejściu z redakcji „Twojego Stylu” dotychczasowej redaktor naczelnej Krystyny Kaszuby²⁹⁵. Krótko po wprowadzeniu na rynek „Faktu” pisano o wszczęciu postępowania antymonopolowego przeciwko jego wydawcy, koncernowi Axel Sprin-

²⁹⁰ Kolejno: „Wprost” 2002, nr 5, s. 48; 2005, nr 38, s. 101; 2003, nr 7, s. 17; 2001, nr 28, s. 52; 2002, nr 21, s. 106; 2001, nr 12, s. 78, 80; nr 17, s. 50; 2005, nr 45, s. 112–114; 2003, nr 14, s. 97; 2001, nr 9, s. 104–105; 2005, nr 11, s. 108–[109].

²⁹¹ Tytuł jednego z felietonów M. Wolskiego, zob. „Wprost” 2003, nr 42, s. 116.

²⁹² „Wprost” 2001, nr 50, s. 44–[45].

²⁹³ „Wprost” 2002, nr 18, s. [37].

²⁹⁴ „Wprost” 2004, nr 38, s. 10.

²⁹⁵ „Wprost” 2003, nr 44, s. 12.

ger Polska, za ustalenie ceny gazety poniżej kosztów produkcji²⁹⁶. Przypomniano także o jubileuszach, na przykład o 60-leciu istnienia „Przekroju”²⁹⁷ czy jubileuszu „Fantastyki”²⁹⁸. Informowano o nagrodach, przyznawanych przez poszczególne tytuły prasowe, na przykład o Nagrodzie im. Jerzego Giedroycia, wręczanej przez „Rzeczpospolitą”²⁹⁹, nagrodzie dziennikarskiej im. Mieczysława i Ksawerego Pruszyńskich³⁰⁰, nagrodzie miesięcznika „Nowe Książki”³⁰¹, nagrodach im. Dariusza Fikusa³⁰², także nagrodach wręczanych przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich³⁰³. Pisano o tytułach Ludzi Roku, nadawanych przez dziennik „Życie”³⁰⁴ czy o Nagrodzie Rady Etyki Mediów³⁰⁵.

Informowano również o zagranicznym rynku prasowym. I tak na przykład czytelnicy dowiedzieli się o bankructwie Leo Kircha, niemieckiego magnata medialnego³⁰⁶. Pojawiały się również ciekawostki, czasem zabawne, a czasem kontrowersyjne, jak na przykład doniesienie o tym, że poszukiwany terrorysta, Osama bin Laden, jest jednym z kandydatów do tytułu Człowieka Roku, przyznawanego przez tygodnik „Time”³⁰⁷. W jednym z numerów zamieszczono krótką listę, zawierającą wysokość nakładów dzienników w poszczególnych krajach, przypadającą na tysiąc mieszkańców³⁰⁸.

Kolejną grupę stanowiły dłuższe teksty, poświęcone współczesnemu rynkowi prasowemu zarówno w Polsce, jak i za granicą. Pojawiały się one w rozmaitych działach periodyku, a dotyczyły na przykład rosnącej popularności tabloidów³⁰⁹, regionalnych gazet internetowych³¹⁰ czy internetowych czasopism kulturalnych³¹¹.

Przybliżano czytelnikom wizerunek Polaków, kreowany przez prasę zachodnią. Według niej Polacy są katolikami o poglądach antysemitycznych,

²⁹⁶ „Wprost” 2004, nr 48, s. 37.

²⁹⁷ (AB), *Sześćdziesiątka „Przekroju”*, „Wprost” 2005, nr 16, s. 14.

²⁹⁸ [br. aut.], *Fantastyczny jubileusz*, „Wprost” 2002, nr 43, s. 112.

²⁹⁹ „Wprost” 2002, nr 47, s. 102.

³⁰⁰ „Wprost” 2005, nr 48, s. 10.

³⁰¹ „Wprost” 2001, nr 6, s. 99.

³⁰² „Wprost” 2001, nr 8, s. 92.

³⁰³ „Wprost” 2001, nr 1, s. 9.

³⁰⁴ „Wprost” 2002, nr 2, s. 102.

³⁰⁵ „Wprost” 2003, nr 17, s. 96.

³⁰⁶ „Wprost” 2002, nr 15, s. 9.

³⁰⁷ „Wprost” 2001, nr 50, s. 96.

³⁰⁸ „Wprost” 2002, nr 1, s. [31].

³⁰⁹ A. Koziński, M. Zaczyński, *Uzależnieni od tabloidów*, „Wprost” 2005, nr 44, s. 68–[71].

³¹⁰ M. Kowalczyk, *Trybun@ ludu*, „Wprost” 2002, nr, s. [52]–54.

³¹¹ J. Borowski, *Muzy w sieci*, „Wprost” 2001, nr 19, s. 50–[51].

podatnymi na populistyczne hasła³¹². W jednym z numerów znalazł się tekst o prasie polskiej, która w efekcie rosnących udziałów kapitału niemieckiego w polskich mediach stała się „niemiecką kolonią medialną”³¹³, w innym pisano o niemieckich brukowcach³¹⁴, w kolejnym znalazł się tekst o najbardziej prestiżowym magazynie biznesowym na świecie „Forbes”³¹⁵.

Wreszcie trzecią grupę stanowiła autopromocja „Wprost” oraz reklama innych periodyków, zarówno czasopism, jak i gazet.

Analiza zawartości tygodnika wykazała jego bardzo duże zaangażowanie w działalność promocyjną i dbałość o własny wizerunek. Systematycznie drukowano rankingi dotyczące czytelnictwa największych polskich tygodników informacyjnych oraz zestawienia podające liczbę cytowań tygodników opinii, gdzie „Wprost” było liderem. Skrupulatnie odnotowywano każdą nagrodę i wyróżnienie dla pisma i jego dziennikarzy. Zamieszczano listy pochwalne od czytelników na temat wydawanego periodyku. Regularnie pojawiały się różnego rodzaju reklamy, w których AWR



Zdjęcie 46. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 30, s. [93]



Zdjęcie 47. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 2, s. [67]

³¹² P. Moszyński, *Wycucie*, „Wprost” 2004, nr 20, s. 97.

³¹³ S. Sieradzki, współpraca M. Rychter, P. Cywiński, *Niemiecka prasa*, „Wprost” 2003, nr 43, s. 22–24, 26.

³¹⁴ P. Cywiński, *Brukowce na bruku*, „Wprost” 2001, nr 11, s. 77.

³¹⁵ J. M. Fijor, *Forbes wolności*, „Wprost” 2002, nr 42, s. 54–56.

promowała wydawane przez siebie tytuły (zdjęcie 46 i 47). Równie systematycznie zamieszczano informacje na temat stron internetowych, a w następnych latach wydań *on-line* pisma. Ciekawą formą promocji było drukowanie, w całości lub części, wybranego artykułu z „BusinessWeek Polska”, tytułu należącego do portfolio wydawcy, a obok zamieszczenie reklamy tegoż pisma.

Każda z autoreklam przykuwała uwagę jasnymi barwami. Przeważnie zamieszczano w nich kopie okładek proponowanych periodyków, czasem wzbogacając je o zachęcające hasła. Dodatkowo inseraty promujące periodyk „Mój Pies” posiadały zawsze ukazany humorystyczny akcent, nawiązujący do tytułu pisma (zdjęcie 46).

Dwa razy do roku przypominano czytelnikom o prenumeracie tytułów. Najbogatsze były ogłoszenia zachęcające do kupna i lektury „Wprost”³¹⁶.

Na łamach pisma, poza promocją tytułów należących do AWR, pojawiały się, jak już wspomniano, także reklamy innych periodyków. W sumie w badanym okresie w anonsach znalazło się 29 tytułów zarówno dzienników, jak i czasopism. Wśród nich proponowano: „CHIP”, „Cogito”, „Dlaczego. Magazyn studencki”, „Dobre wnętrze”, „Gazetę Wyborczą” (i dodatki do niej: „Duży Format”, „Gazetę Praca”, „Nową Turystykę”), „Dziennik Chicagowski”, „Foyer”, „Gazetę Prawną”, „Look. Magazyn o Urodzie i Zdrowiu”, „M jak mieszkanie”, „Metropol”, „Mój Pies”, „Murator”, „Pani”, „Pani Domu”, „Podróże”, „Profit”, „Przyjaciółkę”, „Puls Biznesu”, „Rejs. Magazyn Żeglarzy i Motorowodniaków”, „Super Express”, „Twój Styl”, „Vita”, „Votre Beauté”, „Zdrowie” oraz „Życie”.

Reklamy tytułów były zazwyczaj całostronicowe, zwracały uwagę bogatą kolorystyką, choć przeważnie ograniczały się do kopii okładki reklamowanego numeru pisma i haseł, mających zachęcić odbiorców „Wprost” do sięgnięcia również po inne periodyki. Czytelnicy znajdowali te ogłoszenia w rozmaitych miejscach pisma. Oto kilka przykładów całostronicowych inseratów, jak również skromniejszych ogłoszeń, o objętości jednego lub dwóch modułów, zamieszczanych u dołu lub z boku strony (zdjęcia 48–51).

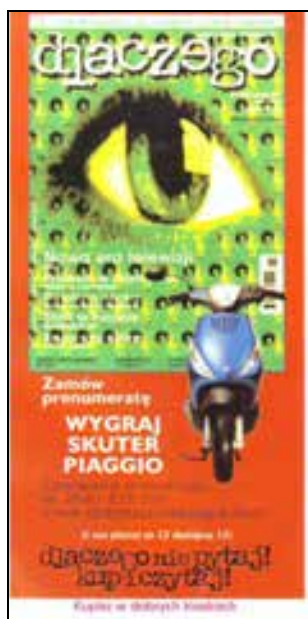
³¹⁶ Zob. np. „Wprost” 2001, nr 15, s. [48]–[49].



Zdjęcie 48. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 35, s. [17]



Zdjęcie 49. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2005, nr 38, s. [87]



Zdjęcie 50. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2001, nr 14, s. 48



Zdjęcie 51. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost” „Wprost” 2002, nr 39, s. 72

W każdym z przytoczonych przykładów uwagę czytelnika zwracał inny szczegół: w pierwszym ogłoszeniu było to zdjęcie potencjalnego czytelnika, w drugim hasła reklamowe, w trzecim kopia okładki kolejnego numeru proponowanego pisma oraz zdjęcie nagrody, którą można było wygrać w zamian za zamówienie prenumeraty. Ostatnie ogłoszenie jest najmniej czytelne, pomimo, że kolorystycznie wyróżnia się na tle strony. Umieszczone w tekście artykułu mogło być irytujące dla odbiorcy.

Warto wspomnieć, że w tygodniku „Wprost”, podobnie jak w „Polityce”, angażowano się w akcję przeciwko nowej ustawie VAT. W numerze 5 (2004) znalazła się krótka wzmianka na ten temat³¹⁷, a w wydaniach następnych pojawiły się całostronicowe reklamy, stanowiące element akcji³¹⁸.

Bardzo duża liczba informacji związanych z prasą, zamieszczanych na łamach „Wprost”, zasługuje z pewnością na odrębne opracowanie. Interesujące informacje, dotyczące „czwartej władzy”, były, w przypadku dłuższych tekstów, z reguły rzetelnie przygotowywane. Wyrażna była również troska wydawcy o autopromocję nie tylko flagowego tytułu, jakim był omawiany tygodnik, ale również pozostałych periodyków, uzupełniających portfolio AWR „Wprost”. Systematyczne przypomnianie o nich, jak również częste propozycje kierujące czytelników na strony internetowe pisma, świadczą o dobrze przemyślanych działaniach marketingowych Biura Reklamy i Promocji omawianego periodyku.

Podsumowując zebrany materiał i przedstawione powyżej reprezentatywne dlań przykłady, można stwierdzić, że tygodnik „Wprost” pod względem liczby i zróżnicowania informacji związanych z książką w niewielkim stopniu ustępował w badanym okresie swemu największemu rywalowi.

Jednak wyraźna była różnica w sposobie prezentowania tekstów; porównanie wypadało zdecydowanie na korzyść „Polityki”. W przypadku „Wprost” często widać było opisywaną powyżej niedokładność, niedbałość i niekonsekwencję, szczególnie w odniesieniu do recenzji proponowanych lektur. Nadto częste zmiany tytułów i zawartości rubryk, brak informacji na ten temat powodowały z jednej strony chaos, a z drugiej niepewność czytelników. Był to błąd, którego można było uniknąć, a który wpływał niekorzystnie na odbiór treści proponowanych przez pismo. Treści skądinąd interesujących, przynajmniej w odniesieniu do zagadnień związanych

³¹⁷ [br. aut.], *Koalicja przeciw głupocie*, „Wprost” 2004, nr 5, s. 33.

³¹⁸ Zob. np. „Wprost” 2004, nr 5, s. [25].

z książką. Jakkolwiek obraz współczesnej literatury wyłaniający się z łamów periodyku miał charakter pesymistyczny, to jednak uwagę zwracały trafne spostrzeżenia i ciekawe wnioski (na przykład dotyczące monotonii tematów, poruszanych przez twórców rodzimych). Warto również podkreślić, że podobnie, jak było to w przypadku tygodnika „Polityka”, tak i tu odbiorca odnajdywał niemal wszystkie formy informacji związanej z książką. Były one wykorzystywane w różnym stopniu, co zostanie omówione w rozdziale podsumowującym prasę opinii.

2.4. „NEWSWEEK POLSKA” – najlepsze medium¹

2.4.1. Historia pod tytułem „Newsweek”²

Zajmowaliśmy cztery małe biurka w ogromnej sali, która za kilka miesięcy miała stać się newsroomem. Wkrótce przybyło biurko, krzesła i pokoje na pierwszym piętrze biurowca w dzielnicy nowych biur i centrów handlowych na warszawskiej Ochocie. [...] mieliśmy tyle samo obaw, co nadziei. Amerykański tytuł, wprowadzany na polski rynek przez niemieckiego wydawcę, mógł odnieść sukces, ale też nasza robota mogła się równie dobrze skończyć klapą. Okazało się, że trafiliśmy³.

Najmłodszym z omawianych tytułów w grupie pism opinii jest tygodnik „Newsweek Polska”. Wydawany jest on na licencji amerykańskiej przez koncern Axel Springer Polska. Stanowi jedną z pięciu nieanglojęzycznych mutacji amerykańskiego periodyku, założonego w 1933 r.⁴ W 1961 r. The Washington Company wykupiła tytuł. Główna siedziba od początku istnienia wydania amerykańskiego mieści się w Nowym Jorku. Obecnie publikowane są trzy anglojęzyczne edycje: atlantycka (Wielka Brytania, Europa, Afryka i Bliski Wschód), azjatycka (kraje Azji i Pacyfiku) oraz latynoamerykańska (Meksyk, Karaiby, Ameryka Środkowa i Południowa). Wydawanych jest także pięć międzynarodowych edycji na zasadach licencji, z czego cztery obcojęzyczne.

Pojawienie się na rynku prasowym w Polsce tytułu, którego marka znana była wielu czytelnikom, poprzedzone zostało z jednej strony niemal dwuletnimi przygotowaniem wydawcy, z drugiej licznymi publikacjami, szczególnie w prasie branżowej⁵. Zastanawiano się, czy nowy periodyk znajdzie dla siebie miejsce wśród dwóch już istniejących, zakorzenionych i zdawałoby się, w pełni zaspokajających potrzeby czytelnicze, zainteresowanych tego typu prasą⁶. Warto przypomnieć, że wcześniej podejmowane były próby wejścia na rynek trzeciego tytułu, który miał złamać duopol „Polityki” i „Wprost”. W 1993 r. wydawany przez francuskiego edytora tygodnik „Spotkania” upadł po trzech latach ukazywania się, podobnie było

¹ Tytuł jednej z informacji, zob. [br. aut.], *Najlepsze medium*, „Newsweek Polska” 2002, nr 7, s. [111].

² Tytuł wystawy, organizowanej przez omawiany tygodnik.

³ [br. aut.], *Od kuchni* [10 lat Newsweeka], „Newsweek Polska” 2011, nr 36, s. 21.

⁴ Pierwszy numer ukazał się na rynku 17 lutego 1933 r.

⁵ Zob. np. wybrane numery pism: „Media i Marketing Polska”, „Press”.

⁶ Zob. np. T. Barański, *Czekając na „Newsweeka”*, „Press” 2001, nr 3, s. 46–47.

z innym tytułem: w 1998 r. z rynku, po 13 tygodniach wydawania, zniknęły „Fakty”.

Być może m.in. dlatego redaktorzy naczelni konkurujących ze sobą tygodników („Polityki” i „Wprost”), Jerzy Baczyński i Marek Król, bez obaw oczekiwali debiutu nowego pisma, podkreślając, że nie boją się konfrontacji, co więcej, twierdząc, że konkurencja jest potrzebna, bo dzięki niej skorzystają nie tylko czytelnicy, ale i cały segment pism społeczno-politycznych⁷.

Do podobnych wniosków doszedł niemiecki koncern medialny, Axel Springer. Nie obawiając się ryzyka, podjął wyzwanie, z którego zrezygnowało inne wydawnictwo, Edipresse Polska. Jego prezes, Zbigniew Napierała, był pomysłodawcą wydawania polskiej edycji amerykańskiego tytułu. Jej projektem, zaakceptowanym później przez Amerykanów, zajął się Tomasz Wróblewski⁸. Kiedy właściciele Edipresse Group w Szwajcarii wycofali się z projektu, T. Wróblewski, już z gotową koncepcją i nawiązanym kontaktem z Amerykanami, zwrócił się do koncernu niemieckiego, a konkretnie do prezesa polskiego przedstawiciela wydawcy, Axel Springer Polska, Wiesława Podkańskiego, który wspomina:

Rynek był podzielony między mocno upolitycznione „Politykę” i „Wprost”. Tomek zaproponował trzecią drogę – pismo, które nie zrezygnuje z polityki, ale dotrze do czytelników zainteresowanych obszarem tematów społecznych⁹.

Skoro Axel Springer poszukiwał w tym okresie pomysłu na opiniotwórczy tygodnik w Polsce, propozycja T. Wróblewskiego została szybko zaakceptowana. Wpisała się ona idealnie w strategię rozwojową firmy, która opierała się głównie na tzw. dywersyfikacji, czyli zaangażowaniu w nowe, różne segmenty rynku wydawniczego¹⁰. Jednocześnie wśród argumentów, które przemawiały na korzyść wprowadzenia w życie pomysłu wydawania tego akurat tygodnika, niebagatelną rolę odgrywała sama marka tytułu. Oryginalny „Newsweek” był doskonale rozpoznawalny jako jedno z nielicznych pism dostępnych w salonach Empik przed rokiem 1989, co przekładało się nie tylko na potencjalny sukces czytelniczy, ale również na dobry start w agencjach reklamowych. Nadto, dziennikarstwo amerykańskie postrzegane było przez polskie społeczeństwo jako profesjonalne, niezależne i obiektywne, dzięki czemu tytuł, który miał być wydawany na licencji

⁷ *Ibidem*, s. 46–47. Podobne opinie, zob. T. Wolski, *Polski „Newsweek”*, „Press” 2002, nr 35, s. 65.

⁸ W tamtym okresie S. Wróblewski pracował w redakcji tygodnika „Wprost”.

⁹ A. Niziołek, *Solista*, „Press” 2007, nr 11, s. [45].

¹⁰ Więcej na ten temat, zob. J. Wilk, *Wprowadzenie nowego produktu na rynek wydawniczy – studium przypadku „Newsweeka” i „Faktu”*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu” 2008, nr 10, s. [209]–212.

Amerykanów, zyskiwał tym samym od pierwszego numeru. Niemale znaczenie miało również i to, że polscy dziennikarze, mający tworzyć tygodnik, posiadali szeroki dostęp do wspólnej dla wszystkich mutacji, bazy materiałów z różnych dziedzin.

Koncern niemiecki postanowił skorzystać z tak sprzyjających okoliczności, tym bardziej że swe doświadczenie, a także intuicję wydawniczą opierał na własnej ponad 50-letniej historii¹¹, a w polski rynek wydawniczy inwestował od 1994 r.¹² Profesjonalizm wydawcy sprawdził się na rynkach prasowych również w innych krajach, m.in. w Czechach, we Francji, Hiszpanii, Szwajcarii, i na Węgrzech, a także w działalności multimedialnej: Wydawnictwo Axel Springer posiadało w tamtym okresie udziały m.in. w kilku stacjach telewizyjnych (ProSieben, SAT1), radiowych (Radio Hamburg), firmach internetowych i teleinformatycznych. W latach 2001–2005 wydawało w Polsce kilkanaście czasopism, m.in. prasę adresowaną do kobiet („Cienie i Blaski”, „Oliwię”, „Panią Domu”, „Sekrety Serca”), dla młodzieży („Dziewczyna”, „Popcorn”), poświęconą problematyce komputerowej („Komputer Świat”, „Play”, „Wszystko Gra”), związaną z motoryzacją („Auto Bazar”, „Auto Sukces”, „Auto Świat”), dotyczącą urządzania i dekoracji wnętrz („Mieszkaj”) oraz prasę codzienną („Dziennik Polska. Europa. Świat”, „Fakt”)¹³. Ofertę koncernu wzbogacały także kolekcje książek.

Przygotowania do wydania pierwszego numeru pisma opiniotwórczego, które objęły również szczegółowe badania rynku, zajęły wydawcy niemal dwa lata. Zanim „Newsweek Polska” pojawił się w kioskach, T. Wróblewski wraz z zespołem, składającym się z byłych dziennikarzy m.in. redakcji „Gazety Wyborczej”, „Super Expressu”, „Wprost”, i „Życia” przygotował dziewięć numerów zerowych. W. Podkański podkreślał:

¹¹ Koncern Axel Springer powstał w 1946 r., debiutując pismem „Nordwestdeutsche Hefte”, wydawanym w Berlinie przez A. C. Springera. W ciągu swej wieloletniej historii koncern wydawał tytuły z prasy codziennej, czasopisma społeczno-polityczne, kobiece, motoryzacyjne i komputerowe. Jednym z najbardziej rozpoznawalnych tytułów koncernu jest tabloid „Bild”. Więcej, zob. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Niemieckie koncerny prasowe w Polsce w latach 1989–2008*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2009, m.in. s. 52–58, 152–158; *10-lecie Axel Springer Polska*, dodatek reklamowy „Media i Marketing Polska. Raport Specjalny”, wrzesień 2004.

¹² Początkowo funkcjonowało na rynku polskim pod nazwą Europress Grupa Wydawnicza Sp. z o.o., po kilku miesiącach od zarejestrowania zmieniono nazwę na Axel Springer Polska Sp. z o.o. Jako pierwszy tytuł pojawił się periodyk dla kobiet „Pani Domu” (pierwszy numer ukazał się 31 sierpnia 1994 r.). Od początku działalności wydawnictwa w Polsce kierował nim prezes W. Podkański, zastąpiony później przez F. Felsa, dotychczasowego dyrektora generalnego polskiej spółki koncernu.

¹³ Więcej, zob. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Niemieckie koncerny...*

Na pewno nie będziemy szukać sensacji. Zaprezentujemy bardzo krytyczne podejście do aktualnych wydarzeń. [...] W tygodniku oprócz tematów społecznych i kulturalnych znajdzie się dużo artykułów z dziedziny nauki. Mniej będzie natomiast polityki [...] „Newsweek” nie będzie jednak unikał tych tematów, lecz dziennikarze będą obiektywni¹⁴.

Z kolei T. Wróblewski składał raczej ogólne obietnice:

Mamy nadzieję, że uda nam się stworzyć nową kategorię na rynku prasowym [...] Nie chcemy być postrzegani jako klasyczny komentujący tygodnik, ale magazyn, który szeroko traktuje społeczeństwo¹⁵.

Jednocześnie w mediach rozpoczęła się szeroko zakrojona kampania reklamowa, na którą wydawca przeznaczył 12 mln zł¹⁶. Te działania uaktywniły redakcje „Polityki” i „Wprost”: zwiększyły one koszty własnej promocji, poszukując równocześnie innych sposobów na powiększenie swych przychodów¹⁷.

Na początku 2001 r. przedstawiciel Axel Springer Polska złożył w sądzie wnioski o rejestrację tytułu. Wtedy okazało się, że od lat 80. XX w. należy on do koła ZSMP przy Wyższej Szkole Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim. Wyjaśnienie sprawy zajęło prawnikom wydawcy niemieckiego kilka miesięcy¹⁸. Jednak już w lipcu tegoż roku w krajach, w których wydawano magazyn, podano oficjalny komunikat o tym, że jesienią pojawi się kolejna edycja tygodnika, tym razem w Polsce. Umowa licencyjna podpisana została przez prezesa Newsweek International Inc. Petera J. Luffmana oraz prezesa Axel Springer Polska, W. Podkańskiego i Floriana Felsa (dyrektora zarządzającego wydawnictwem). Tytuł drukowany miał być w Radzyminie pod Warszawą. Cały, ponad 70-osobowy, zespół przeszedł wcześniej specjalne szkolenie. Nowego na gruncie polskim stylu pisania i redagowania tekstów, umiejętnego wykorzystania zdjęć uczyli dziennikarze „Newsweek Polska” Amerykanie.

Pierwszy numer tak oczekiwanego pisma pojawił się z datą 9 września 2001 r., w poniedziałek (dwa konkurencyjne tygodniki trafiały do czytelnika w środę). Liczył 116 stron, kosztował 3 zł. Pierwszych kilkanaście numerów rozeszło się w wysokości ok. 325 tys. egz.¹⁹ W tym okresie jego najwięksi konkurenci sprzedawali średnio 253 tys. egz. („Polityka”)

¹⁴ T. Wolski, *Polski...*, s. 64.

¹⁵ K. Prewęcka, *Będzie trio*, „Media i Marketing Polska. Raport Specjalny. Magazyny” 2001, nr 16, s. 9.

¹⁶ K. Prewęcka, *Więcej opinii*, „Media i Marketing Polska” 2001, nr 16, s. 9.

¹⁷ K. Prewęcka, *Twórczy doping*, „Media i Marketing Polska” 2001, nr 21, s. 26.

¹⁸ B. Drozdowska-Wolska, *News na rynku*, „Press” 2001, nr 8, s. 26.

¹⁹ Za: A. Niziołek, *Solista*, „Press” 2007, nr 11, s. [45].

i 224 tys. egz. („Wprost”)²⁰. Siedziba redakcji przez cały badany okres mieściła się przy Alejach Jerozolimskich 181 w Warszawie. Redaktorem naczelnym został T. Wróblewski. Obok niego, w stopce redakcyjnej, pojawiły się inne nazwiska: Andrzeja Dziurdzikowskiego, Barbary Hara-simowicz-Waliszewskiej (sekretarz redakcji), Grzegorza Jankowskiego, Małgorzaty Kacprzak, Katarzyny Klejnockiej (zastępcy redaktorów prowadzących), Dariusza Rosickiego, Grzegorza Sommera (redaktorzy prowadzący), Ewy Wilcz-Grzędzińskiej, (zastępcy redaktora naczelnego). W rubryce *Zamiast słów* znalazło się zdjęcie całego zespołu redakcyjnego, w skład którego weszli m.in. Agnieszka Fedorczyk, Grzegorz Jankowski, Michał Karnowski, Wiesław Kot, Anna Mackiewicz, Wojciech Maziariski, Grażyna Musiałek, Piotr Osęka, Antoni Pawlak, Dorota Romanowska, Igor Ryciak, Dariusz Stasiak, Anita Szarlić, Kamil Śmiałkowski i Dariusz Wilczak. Wśród komentatorów pisma pojawiły się nazwiska m.in. Stanisława Gomułki, Julii Pitery i Rafała A. Ziemkiewicza.

Richard M. Smith, redaktor naczelny „Newsweeka”, zwracając się do polskich czytelników, pisał:

Mierzymy wysoko, ale nasz cel jest prosty: dostarczyć Państwu możliwe najlepsze połączenie tego, co „Newsweek” pisze o świecie, z wysokiej jakości opisem wydarzeń, nowych trendów, kierunków rozwoju i postaci, które kształtują dzisiejsze oblicze Polski²¹.

Natomiast T. Wróblewski obiecywał:

Bezstronność, jaka stała się częścią amerykańskiej filozofii „Newsweeka”, pozwoli nam teraz, tu, w Polsce, bez obaw podejmować najciekawsze, a jednocześnie najtrudniejsze i politycznie niewygodne tematy. Powaga i prestiż pisma pozwolą też zajmować się najbardziej przyziemnymi tematami życia codziennego, bez rezygnowania jednocześnie z poważnych komentatorów i opiniotwórczych opracowań²²,

równocześnie stwierdzając:

Dziś macie Państwo w rękach pismo hołdujące najwyższym światowym standardom dziennikarstwa. Tygodnik wykorzystujący najnowocześniejsze techniki prezentacji graficznej²³.

Pomimo podobnych treści, które czytelnik odnajdował w periodyku, różnice pomiędzy nowym pismem a jego największymi konkurentami były widoczne na pierwszy rzut oka. Formuła tygodnika nie przeszkodziła

²⁰ Źródło: ZKDP za I-VII 2001.

²¹ R. M. Smith, *Wiemy, że nie jest to łatwe wyzwanie*, „Newsweek Polska” 2001, nr 1, s. 2.

²² T. Wróblewski, *Musimy się jeszcze wiele nauczyć*, „Newsweek Polska” 2001, nr 1, s. 2.

²³ *Ibidem*.

redakcji w realizacji celu, jakim była maksymalna aktualność: nie tylko komentowano i podsumowywano wydarzenia, ale także je zapowiadano i przewidywano. Duże znaczenie miała również szata graficzna i fotografia oraz specjalnie wyodrębniony dział infografiki²⁴. Komunikatywne teksty, pisane przy wykorzystaniu techniki „od szczegółu do ogółu”, odpowiednie proporcje działów, ich przejrzystość i logika²⁵ stały się istotnym atutem pisma, podobnie jak bezpretensjonalny język, który spodobał się szczególnie młodszemu odbiorcom²⁶. Każdy tekst budowano na wyrazistej, jasno sformułowanej tezie. Wynikało to pośrednio z faktu, że dziennikarze pisma korzystali z obszernego *style booka*, redakcyjnego podręcznika, opisującego technikę przygotowywania tekstów, wyjaśniającego, co każdy artykuł powinien zawierać, z jakich elementów winien się składać, tak by nie tylko przyciągnąć uwagę czytelnika, ale i zachęcić go do lektury całej publikacji. Każdy artykuł, zgodnie z regułami amerykańskimi, przechodził kilkustopniową korektę, co powodowało, że, jak twierdzili niektórzy dziennikarze, wszystkie teksty stawały się jednolite, bez wyraźnego charakteru piszących. Nie wpłynęło to jednak negatywnie, przynajmniej w początkowym okresie, na popularność tygodnika.

Jednocześnie warto zaznaczyć, że pismu sprzyjał także moment historyczny. Już w numerze 3 redakcja musiała zmierzyć się z tematem ataków terrorystycznych w Nowym Jorku (to wydanie osiągnęło rekordową sprzedaż 409 tys. egz.)²⁷. Kolejny numer poświęcony był wyborom parlamentarnym w Polsce: „pokazaliśmy, jak będzie wyglądał przyszły Sejm, kto będzie premierem itd. Dziś wszyscy tak robią, ale wówczas to było coś niezwykłego”²⁸ – wspomina T. Wróblewski.

W październiku świętowano wejście pisma na rynek w Polsce. W uroczystej gali udział wzięli m.in. Tadeusz Konwicki, Monika Richardson, Małgorzata Solorz-Żak i Andrzej Wajda.

Od pierwszych miesięcy na rynku „Newsweek Polska” zajął pozycję lidera wśród tygodników opinii. Po czterech miesiącach wydawca przestał

²⁴ Warto zwrócić uwagę, że infografika, łącząca w sobie liczby, rysunki, teksty i zdjęcia, przedstawiająca informację w formie łatwej nie tylko do przeczytania, ale i zrozumiałej, bywa nierzadko niedoceniana bądź błędnie przygotowywana. W przypadku „Newsweek Polska” niezwykle pomocne okazały się w tej sytuacji sprawdzone wzorce amerykańskie, które już na starcie nowego tygodnika odróżniły go korzystnie od pozostałych tytułów, szczególnie „Polityki” i „Wprost”.

²⁵ [br. aut.], *Strzał w dziesiątkę*. „Newsweek Polska”, „Press” 2001, nr 9, s. 26.

²⁶ Około 74% odbiorców pisma nie przekroczyła 44. roku życia, dużą grupę stanowili studenci. Źródło: dane PBC General, okres X 2001-II 2002, za: K. Prewęcka, *Opinie zawsze w cenie*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 8, s. 17.

²⁷ „Press” 2001, nr 10, s. 8.

²⁸ A. Niziołek, *Solista*, s. 46.

dołączać do pisma, a po kolejnych pięciu zwróciły się koszty, przeznaczone na jego uruchomienie²⁹.

Jednak w kolejnych miesiącach sytuacja zaczęła się zmieniać. Tempa i zasad, dotyczących pracy, narzuconych przez T. Wróblewskiego, nie wytrzymało wielu dziennikarzy. Jednocześnie coraz częściej narzekano na niemal całkowite uzależnienie od koncepcji redaktorów i brak samodzielności: „dostaliśmy przykaz, by każde pojęcie w tekście – poza wyrazami ojciec i matka – wyjaśniać. Burzyliśmy się, że tak się nie robi, że nas wyśmieją. Ale to na nic”³⁰ – wspomina jeden ze współpracowników pisma, a inny dodaje: „W tej redakcji pożałowałem, że zostałem dziennikarzem”³¹. Duża rotacja piszących do tygodnika, także z czasem bardziej uderzająca jednostronność tekstów, a co za tym idzie, malejący obiektywizm, powodowały, że tytuł zaczął tracić czytelników. Konkurencyjne periodyki wprowadziły zmiany, a walor nowości, który towarzyszył „Newsweekowi”, spowszedniał, choć tygodnik nadal utrzymywał się w grupie najpoczytniejszych tytułów tej grupy. W takich okolicznościach wydawca podjął próby ratowania sytuacji. Jeszcze w 2001 r. zaproponowano czytelnikom dwa wydania specjalne: pierwsze, zatytułowane *Ameryka w ogniu*, poświęcono wydarzeniom z 11 września 2001 r. Drugie (*2001 – rok w zdjęciach*) zawierało fotografie, mające zilustrować najważniejsze wydarzenia mijającego roku. Pojawiły się fotografie związane z polityką, kulturą, religią i sportem. Od 2002 r. do wybranych numerów dołączano kilkunastostronicowe dodatki tematyczne: *Jak szukać pracy za granicą?*, *Mundial 2003* oraz *Zapis kłęski*. Wydania specjalne i dodatki stały się od tej chwili tradycją pisma³². W tygodniku nawiązano również współpracę z wybranymi stacjami radiowymi i odtąd systematycznie na jego łamach pojawiało się zaproszenie do słuchania kilkuminutowych audycji, prowadzonych przez dziennikarzy periodyku³³. Z czasem zwiększyła się liczba proponowanych programów, jak również liczba stacji radiowych³⁴.

Jednocześnie nastąpiły niewielkie roszady w składzie redakcji³⁵, a we wrześniu 2002 r. zmieniono makietę pisma. Wprowadzono inny krój czcionek, nowe kolory i nową siatkę graficzną, zwiększono liczbę zestawień

²⁹ *Ibidem*.

³⁰ T. Sygut, *Newsweekowe roszady*, „Przegląd” 2004, nr 38, s. 34.

³¹ A. Niziołek, *Solista*, s. 47.

³² Ich dokładniejsze omówienie znajdzie się w dalszej części rozdziału.

³³ Czytelnikom proponowano albo spotkania z autorami wybranych artykułów danego numeru albo wydania radiowe „Newsweeka”. Zob. np. „Newsweek Polska” 2002, nr 39, s. [5].

³⁴ W 2005 r. Radio Newsweek funkcjonowało m.in. w Białymstoku, Gliwicach, Koninie, Lublinie, Łodzi, Olsztynie, Opolu, Ostrołęce, Radomiu i Tarnowie.

³⁵ M.in. miejsce A. Dziurdzikowskiego i G. Sommera zajęła J. Zarembina, pojawiła się również nowa funkcja redaktora koordynatora, którą objęła M. Brason.

statystycznych oraz infografiki, redakcja obiecywała więcej bardziej zaangażowanych emocjonalnie zdjęć. Przygotowano kampanię reklamową, która miała wzmocnić słabnącą pozycję pisma na rynku i jego wizerunek jako wiarygodnego i poważnego tytułu. Zmiany miały służyć także pozyskaniu młodych czytelników. Od 18 listopada 2002 r. można było przeczytać część informacji z aktualnego wydania „Newsweek Polska” na ekranie telefonu komórkowego, chociaż oferta dostępna była jedynie dla klientów jednej tylko sieci i ograniczała się do pełnych informacji z trzech działów: *Jupiter*, *Laboratorium*, *Peryskop*³⁶.

Mimo podejmowanych działań, „Newsweek Polska” stawał się jednak powoli

tygodniowym tabloidem, w którym górę brało kredo [pis. oryg.]: towar ma być ładnie opakowany, środek ma drugoplanowe znaczenie, a wszystko razem wzięte musi się sprzedać. Do obiegu weszło nawet pojęcie „niustikizacji”, co oznaczało nic innego, tylko banalny tekst z ładnym obrazkiem i chwytliwym tytułem³⁷.

Z początkowych deklaracji pozostało niewiele. Sytuację ratowały w pewnym stopniu nazwiska, które pojawiały się na łamach pisma. W wydaniu świątecznym w 2002 r. zostały one wyeksponowane tak, że czytelnik już na dwóch pierwszych stronach mógł dowiedzieć się, że dla tygodnika piszą m.in. Tomasz Piątek, Jerzy Pomianowski, Dawid Warszawski, Jan Winiecki, jak również John Hulsman, Klaus Schab, George Soros czy Jurij Andruchowycz i Wiktor Jerofiejew. Podobny krok podjęto rok później, a wśród autorów pisma pojawili się m.in. Jan Krzysztof Bielecki, Piotr Bratkowski, Carlos Fuentes, Ryszard Kapuściński, Kazimierz Kutz i Ewa Łętowska. Biorąc pod uwagę temat pracy, warto również wymienić innych, poza podanymi wyżej, współpracowników tygodnika. Wśród nich znaleźli się także Krystyna Jagiełło, Tomasz Jastrun i Wojciech Kuczok.

Inną formą promocji periodyku stały się popularne w tamtym okresie, podejmowane również w innych redakcjach, spotkania internetowe, czyli czaty z dziennikarzami. Czytelnicy mieli w tym przypadku taką możliwość od 2002 r., a od roku 2003 na łamach pisma systematycznie przypomniano o zaletach korzystania z jego strony internetowej³⁸. Miała ona domenę o nazwie tożsamej z tytułem tygodnika w jego wersji tradycyjnej: www.newsweek.pl. Podzielono ją na wyraźnie wyodrębnione moduły: *Archiwum*, *Działy*, *Online*, *Redakcja*, *Reklama Twój Głos*, *Wydania*, *Zakupy*. Użytkownik mógł tu również odnaleźć odnośniki do głównych rubryk, adekwatnych z wydaniem tradycyjnym (m.in. *Postać tygodnia*, *Spółczeń-*

³⁶ [br. aut.], *Newsweek w telefonie*, „Newsweek Polska” 2002, nr 47, s. [5].

³⁷ T. Sygut, *Newsweekowe...*, s. 35.

³⁸ [br. aut.], *Sklepik on line*, „Newsweek Polska” 2003, nr 17, s. 6.

stwo, Świat) oraz do Radia Newsweek. O tym, że strona była starannie przygotowana i prowadzona, świadczyły listy czytelników. Jeden z nich pisał:

Ostatnio wszedłem na stronę internetową „Newsweeka”. Miłe zaskoczenie – macie jedną z lepszych stron, jakie znam. Choć wolę czytać was na papierze i kupuję każdy numer, możliwość korzystania z archiwum tekstów jest bardzo cenna³⁹.

Inna opinia pozytywnie oceniająca stronę internetową periodyku znalazła swe odzwierciedlenie w 2004 r. w rankingu na najpopularniejsze portale: „Newsweek” znalazł się wśród 10 wybranych, cieszących się największym powodzeniem w Polsce⁴⁰.

W tym czasie pochwały bardzo przydały się tygodnikowi, który w wyniku zamieszczenia dwóch kontrowersyjnych tekstów stracił wielu czytelników, a przede wszystkim opinię rzetelnego tytułu. Pierwszym był artykuł *Bogacze na stos*⁴¹, wraz z towarzyszącym mu rankingiem *Dziesięciu najbardziej znieprawdopodobnych Polaków*. Publikacja, zaczynająca się od słów „Znieprawdopodobnie polskich krezusów. Znieprawdopodobnie polski kapitalizm. Znieprawdopodobnie nasz kraj”⁴², wymieniająca m.in. Zbigniewa Niemczyka i Wandę Rapaczyńską wywołała z jednej strony niesmak wśród większości odbiorców, a z drugiej oburzenie i protesty środowiska dziennikarskiego⁴³. Protestowali również sami zainteresowani, a jeden ze „znieprawdopodobnych”, Aleksander Gudzowaty, zwrócił się do wydawcy „Newsweeka” w Nowym Jorku z pytaniem, czy tego typu teksty zgodne są ze standardami periodyku. T. Wróblewski przyznał się do błędu, ale to już nie pomogło w odzyskaniu części odbiorców.

Największe kontrowersje wzbudził jednak cykl artykułów, zamieszczony kilka tygodni później, anonsowany na okładce numeru hasłem *Żydzi odbierają swoje*⁴⁴, a mówiący o Polakach, obawiających się restytucji mienia żydowskiego. Tekst spowodował odejście od pisma kolejnej grupy czytelników, zaś do redakcji, także do wydawcy, wysyłano listy protestacyjne, podpisane nie tylko przez naukowców, intelektualistów, ale również i samych dziennikarzy z innych pism⁴⁵.

³⁹ A. Trybuła [czytelnik], *Pożytki z Internetu*, „Newsweek Polska” 2003, nr 33, s. 11.

⁴⁰ [br. aut.], *Newsweek z dobrej strony*, „Newsweek Polska” 2004, nr 27, s. [7].

⁴¹ St. Zunderlich, *Bogacze na stos*, „Newsweek Polska” 2004, nr 10, s. 44–46.

⁴² *Ibidem*, s. 44.

⁴³ Więcej, zob. T. Sygut, *Rzeczywistość według „Newsweeka”*, „Przegląd” 2004, nr 20, s. [45]–[46].

⁴⁴ K. Olecki, współpr. M. Bogusz, M. Ananicz, *Żydzi wracają po swoje*, „Newsweek Polska” 2004, nr 14, s. 14–23.

⁴⁵ A. Niziołek, *Solista*, s. 47.

W maju 2004 r. podjęto próbę odzyskania zaufania odbiorców. Zwrócono się do nich z prośbą o wzięcie udziału w ankiecie na temat pisma: *Zrób z nami lepszy Newsweek*⁴⁶. Odpowiedziało na nią niemal 2 tys. czytelników⁴⁷, a redakcja dziękując im za poświęcony czas, obiecywała, że uzyskane opinie pomogą jej w przygotowywaniu jeszcze lepszego pisma. Wydawca informował jednocześnie o kolejnych edycjach „Newsweeka” (na przykład w języku chińskim⁴⁸ i rosyjskim⁴⁹) czy choćby pojedynczych wydaniach specjalnych (jak wersja francuskojęzyczna jednego z takich wydań⁵⁰), przypominając, że tytuł można czytać, poza językiem angielskim i polskim, także m.in. w języku hiszpańskim, japońskim i koreańskim.

Kolejne zmiany, poprzedzone kampanią reklamową w mediach, nastąpiły jesienią tego roku. Najważniejszą z nich było odejście ze stanowiska redaktora naczelnego T. Wróblewskiego (który został dyrektorem wydawniczym). Jednocześnie z pracy w redakcji zrezygnowała część dziennikarzy⁵¹. Tomasza Wróblewskiego zastąpił od numeru 41 (2004) Jarosław Sroka. Miał on, jak spekulowano w prasie, odbudować autorytet pisma. Zaczął od opracowania projektu zmian, które zamierzał wprowadzić w tygodniku. J. Sroka sprawował jednak funkcję naczelnego zaledwie 4 miesiące. Od numeru 5 (2005) redaktorem naczelnym został ponownie T. Wróblewski.

Rok 2005 nie przyniósł znaczących zmian w piśmie. Podobnie jak w innych periodykach, również w „Newsweek Polska” wprowadzono pewne innowacje, ale nie spowodowały one wyraźnego zwiększenia liczby odbiorców. Jednym z pomysłów było na przykład e-wydanie, do którego czytania redakcja zachęcała, pisząc:

Takie wydanie jest tańsze i można je pobrać z dowolnego miejsca na świecie na swój komputer. Ta wersja jest także bogatsza od papierowej o kilka dodatkowych opcji: wszystkie prezentowane w tekstach linki są aktywne, reklamy kierują od razu na stronę reklamowanego produktu, a niektóre teksty zostały wzbogacone o dźwiękowe wypowiedzi ich autorów. W prenumeracie e-wydanie tygodnika kosztuje tylko 1,50 zł⁵².

Przed podjęciem decyzji o prenumeracie czytelnik mógł bezpłatnie obejrzeć przykładowe e-wydania. Zamówienie wersji elektronicznej było

⁴⁶ [br. aut.], *Zrób z nami lepszy Newsweek*, „Newsweek Polska” 2004, nr 21, s. 77–78.

⁴⁷ [br. aut.], *Zegarki dla czytelników*, „Newsweek Polska” 2004, nr 25, s. [7].

⁴⁸ [br. aut.], *„Newsweek” po chińsku*, „Newsweek Polska” 2003, nr 39, s. 8. Informowano, że „Newsweek” dociera do 25 mln osób, a dostępny jest w 190 krajach.

⁴⁹ „Newsweek Polska” 2004, nr 21, s. 8. Wydawcą edycji rosyjskiej, drukowanej cyrylicą, miał być, podobnie jak w przypadku wydania polskiego, koncern niemiecki Axel Springer.

⁵⁰ [br. aut.], *Newsweek po francusku*, „Newsweek Polska” 2004, nr 4, s. 9.

⁵¹ M.in. G. Induski, M. Kęskrawiec i D. Wilczak.

⁵² Numer pisma w wersji drukowanej kosztował wówczas 4,50 zł, zob. [br. aut.], *Newsweek na ekranie*, „Newsweek Polska” 2005, nr 44, s. 16.

bardzo proste: wystarczyło wysłać sms na podany numer i aktywować otrzymany kod. Umożliwiono także odbiorcom zakupienie e-prenumeraty⁵³. Przypominano czytelnikom również o innych, poza czatem i audycjami Radia Newsweek, formach spotkań z dziennikarzami pisma: blogi, prowadzone m.in. przez Piotra Bratkowskiego i Piotra Zarembę, cieszyły się, według redakcji, bardzo dużym zainteresowaniem internautów⁵⁴.

Pomimo podejmowanych prób, tygodnikowi nie udało się jednak odzyskać utraconej w 2004 r. pozycji. W ostatnich badanych miesiącach nadal zajmował trzecie miejsce, w grupie pism opinii, po „Polityce” i „Wprost”⁵⁵.

Niewątpliwie pojawienie się w 2001 r. nowego tytułu w tym segmencie prasowym w Polsce wpłynęło na poszerzenie rynku czytelniczego, zmusiło jednocześnie pozostałe tygodniki do walki o czytelnika i wprowadzenia zmian, które spowodowały urozmaicenie zarówno szaty graficznej, jak i zawartości każdego z tytułów.

2.4.2. Zawartość, akcje i czytelnicy

Typ pisma determinował jego zawartość, która sprowadzała się do zagadnień związanych z polityką, gospodarką, nauką i kulturą w Polsce oraz na świecie. Znajdowały one swe miejsce w działach i rubrykach, które w całym badanym okresie tylko w niewielkim stopniu modyfikowano.

Numer otwierała wspomniana już rubryka *Zamiast słów*, gdzie zamieszczano zdjęcia ilustrujące bądź wydarzenia ostatniego tygodnia, bądź też nawiązujące do zbliżających się Świąt. Następnie pojawiał się *Peryskop. Nowy obraz tygodnia: trendy ludzkie, przypadki, świat polityki*, w którym w formie zazwyczaj kilku- lub kilkunastozdaniowych not prezentowano wydarzenia określone w podtytule rubryki, wzbogacone trafnie wybranymi zdjęciami. Tutaj pojawiała się również rubryka, świadcząca o tym, że redakcja potrafiła zadbać o autopromocję: *Newsroom. W tym tygodniu o nas*. Czytelnik mógł w tym miejscu dowiedzieć się nie tylko o najnowszych inicjatywach pisma, ale i przypomnieć sobie o kontynuacji lub wznowieniu dawniejszych przedsięwzięć periodyku. Pisano tu także o otrzymanych przez dziennikarzy „Newsweeka” nagrodach bądź wyróżnieniach, o miejscu, jakie zajmował tygodnik w określonym czasie wśród pozostałych pism opinii. Na kolejnej stronie drukowano listy od czytelników, po których zaczynały się duże działy: *Polska, Świat, Biznes, Nauka, Społeczeństwo*,

⁵³ Axel Springer stawia na Internet, http://wirtualnemedi.pl/document,,339229,Axel_Springer_stawia_na_internet.html, 28 marca 2009.

⁵⁴ Zob. np. [br.aut.], *Blogerzy Newsweeka*, „Newsweek Polska” 2005, nr 32, s. 8.

⁵⁵ Średnie rozpowszechnianie płatne wyniosło w 2005 r.: 177,5 tys. egz. („Polityka”), 165, 5 tys. egz. („Wprost”), 165,4 tys. egz. („Newsweek Polska”). Źródło: ZDKP, cyt. za „Press” 2006, nr 3, s. 6.

Kultura, a w nich zazwyczaj dłuższe artykuły i komentarze. W ramach działów zamieszczano stałe rubryki, m.in. *Postać tygodnia* lub *Laboratorium* (tu drukowano ciekawostki z życia nauki). Numer zamykała stała rubryka *Ostatnie słowo*, gdzie swoje felietony drukowali m.in. Piotr Bratkowski, Andrzej Celiński, Ryszard Kalisz, Wojciech Maziarski, Antoni Pawlak, Jan Maria Rokita, Ernest Skalski, Jerzy Surdykowski, Maciej Wierzyński, Piotr Zaremba i Rafał A. Ziemkiewicz⁵⁶.

Stałym zwyczajem pisma była edycja wspomnianych wcześniej dodatków tematycznych czy wydań specjalnych, drukowanych cyklicznie albo jednorazowo, związanych bądź to z wydarzeniami (na przykład *Cel: Bagdad*, *Fala śmierci*, *Obrazy Roku*), bądź o charakterze turystycznym (*Dzika Polska*, *Kajakiem po Polsce*, *Polska na rowerze*, *Polska w siodle*, *W górach Polski*) lub kulinarnym (*Ranking lokali Newsweeka*, przedsięwzięcie realizowane z Radiem Zet). Poza wymienionymi, pismo proponowało swym czytelnikom również m.in.: *Bibliotekę myśli* (w jej ramach wydano na przykład *Lektury współczesnego świata, które powinieneś mieć na półce* czy *200 książek roku według Piotra Bratkowskiego, 79 postaci, które zmieniły bieg dziejów*), *Encyklopedię zdrowia*, *Kwartalnik Studencki*, *Naukę*.

Jednym z najbardziej rozpoznawalnych było cyklicznie pojawiające się wydanie specjalne, adresowane do młodszych odbiorców, zainteresowanych studiami za granicą⁵⁷. Po raz pierwszy informacja na ten temat pojawiła się w numerze 40 (2002)⁵⁸. Miał to być 200-stronicowy przewodnik na rok akademicki 2003/2004. Uwzględniono w nim ponad 700 uczelni w różnych krajach, m.in. w Australii, Francji, Niemczech, USA i Wielkiej Brytanii. Przedstawiono nie tylko dane związane z warunkami przyjęcia na prezentowane uczelnie, kosztami studiów czy wysokością stypendiów, ale także proponowano możliwości podjęcia sezonowej pracy i podawano kontakt do polskich wykładowców i studentów, którzy mogli służyć pomocą swym rodakom. W przewodniku zamieszczono również cenne wskazówki, dotyczące samego wyjazdu. Pomysł spotkał się z dużym zainteresowaniem, redakcja kontynuowała więc wydawanie przewodnika w latach kolejnych, drukując listy od wdzięcznych czytelników⁵⁹.

Nie zapomniano też o uczelniach rodzimych, poświęcając im jeden z rankingów pisma. W 2002 r. do numeru 13 dołączono 32-stronicowy dodatek (*Ranking wyższych uczelni*), w którym redaktor naczelny wyjaśniał:

⁵⁶ W numerze 1 (2001) wydrukowano tekst A. Nagorskiego.

⁵⁷ Wydanie specjalne „Newsweek Polska”: *Studiować za granicą 2003/2004* z datą 10 października 2002.

⁵⁸ [br. aut.], *Wydanie specjalne*, „Newsweek Polska” 2002, nr 40, s. [4].

⁵⁹ Zob. np. K. Golimowska [czytelniczka], *Z „Newsweekiem” na studia*, „Newsweek Polska” 2003, nr 47, s. 10; Zarząd Organizacji Studentów Polskich w Nowym Jorku, *Studiować w USA*, *ibidem*, 2004, nr 7, s. 11.

Mają Państwo przed sobą pierwszy w Polsce praktyczny ranking wyższych uczelni. Przyjeliśmy tylko jeden, ale naszym zdaniem najbardziej miarodajny klucz oceny: po jakich studiach najłatwiej dziś zdobyć pracę, jakich absolwentów najbardziej poszukują pracodawcy?⁶⁰

Obok wyników rankingu, przygotowanego na podstawie ankiety, scharakteryzowano również m.in. współczesny rynek pracy, omówiono staże studenckie i stypendia zagraniczne.

Adresowany do podobnej grupy docelowej był *Kwartalnik Studencki*. Po raz pierwszy wydano go w formie dodatku specjalnego do numeru 15, w 2003 r. Można było w nim znaleźć na przykład informacje dotyczące pracy w trakcie studiów, praktyk czy najkorzystniejszych kredytów studenckich. Przy okazji wydania drugiego, „Newsweek Polska” ogłosił konkurs internetowy *Praktyka z „Newsweeka”*, w którym główną nagrodą miał być staż w Wielkiej Brytanii.

Kolejnym zestawieniem był *Ranking szkół języka angielskiego*. W 2002 r. redakcja pisała:

Szkoły językowe powstają jak grzyby po deszczu. Wiele z nich kusi niską ceną i lokalizacją na terenie osiedli. Blisko i tanio – to dla wielu argumenty wystarczające, by zdecydować się na tę, a nie inną szkołę. „Newsweek” postawił na ocenę ich jakości. Nasz ranking ma pomóc w wyborze najlepszych nauczycieli, programów i metod nauczania⁶¹.

Następnie wyjaśniano, w jaki sposób oceniano wybrane szkoły⁶². Na kolejnych stronach znajdował się ich wykaz wraz z adresami i z przypisanymi danej szkole punktami.

W akcję promującą naukę języka angielskiego wpisywała się również cykliczna akcja *Let's Newsweek*. Ta edukacyjna inicjatywa pisma polegała m.in. na wydaniu w 2004 r. zeszytu adresowanego do gimnazjów i szkół średnich, przeznaczonego do nauki języka angielskiego, w którym zamieszczono testy z anglojęzycznych wydań „Newsweeka” i komplety ćwiczeń. Podobne zestawy drukowane były systematycznie w wybranych numerach periodyku niemal od początku jego wydawania w Polsce.

Kolejnym rankingiem „Newsweek Polska” było zestawienie szpitali i związana z nim nagroda pisma „Wykrzyknik” dla najlepszej tego typu placówki w Polsce. Po raz pierwszy przyznano ją w 2002 r. Szpitalowi Wojewódzkiemu im. Jana Pawła II w Zamościu. Wybór poprzedzony był trwającą 6 miesięcy prezentacją szpitali i charakterystyką funkcjonujących w nich poszczególnych oddziałów. Natomiast w 2003 r. w tygodniku

⁶⁰ T. Wróblewski, *Szanowni Państwo*, „Newsweek Polska” 2002, dodatek do numeru 13 *Ranking uczelni*.

⁶¹ *Ranking szkół językowych*, „Newsweek Polska” 2002, nr 39, dodatek: *Let's Newsweek*. *Nasz ranking szkół języka angielskiego*, s. VI.

⁶² *Ibidem*.

zaproponowano czytelnikom ranking *Bank przyjazny „Newsweeka”*. Na zlecenie redakcji ankieteryzy odwiedzili oddziały kilkunastu największych banków w Polsce, oceniając m.in. obsługę w oddziale, przez telefon i przez Internet, a wyniki tej inspekcji redakcja zamieściła w numerze 36 (2003)⁶³. Inna inicjatywa tego typu zawierała się w rankingu *100 najcenniejszych firm w Polsce*, obejmujących następujące branże: bankowość, energetyka, media, motoryzacja, paliwa, telekomunikacja, ubezpieczenia⁶⁴. W tym samym roku redakcja zaproponowała wspomniany wcześniej *Ranking lokali Newsweeka*. Był to, w formie kilkunastostronicowej wkładki do podstawowego numeru, przewodnik po 100 najlepszych lokalach w sześciu największych miastach Polski, m.in. w Krakowie, Łodzi, Warszawie i Wrocławiu. Inne rankingi to: ranking najbogatszych prezydentów polskich miast, zestawienie najdroższych polskich firm, ranking najlepszych pracodawców 2003 r., a także I ogólnopolski ranking liceów ogólnokształcących, ranking najcenniejszych firm, raport o najdroższych i najbardziej snobistycznych ulicach siedmiu największych miast Polski.

Tygodnik był także organizatorem licznych imprez, spotkań i debat. Wśród nich znalazła się m.in. wystawa *Historia pod tytułem „Newsweek”*. Zorganizowano ją z okazji pierwszej rocznicy ukazywania się pisma na rynku w Polsce i 70. rocznicy „Newsweeka” amerykańskiego. Ekspozycję można było zwiedzać w kilkunastu miastach w Polsce, oglądając wydarzenia, zarejestrowane w formie zdjęć przez dziennikarzy i fotoreporterów pisma od ukazania się jego pierwszego numeru w 1933 r., a zamieszczonych na okładkach wydania amerykańskiego. Przedsięwzięciu towarzyszyły spotkania edukacyjne, m.in. cykl gawęd historycznych, nawiązujących do zdarzeń, prezentowanych na zdjęciach. Wydano również 132-stronicowy *Katalog*, zawierający 62 zdjęcia z wystawy⁶⁵.

Na łamach tygodnika dbano również o promocję własnych dziennikarzy, organizując wystawy ich prac, jak choćby ekspozycję zdjęć Piotra Sadurskiego w budynku Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego, a przedstawiającą zdjęcia z Czeczenii i z obozów dla uchodźców w Inguszetii.

Redakcja „Newsweek Polska” organizowała także wiele spotkań cyklicznych. Jednym z nich był *Antysalon*, dyskusyjny klub tygodnika, działający od 2004 r. Pierwszymi gośćmi byli Tomasz Lis i Piotr Gaweł (członek zarządu TVP)⁶⁶. Wśród kolejnych uczestników znaleźli się m.in. Roman Giertych i Donald Tusk, Jarosław Kaczyński, Jan M. Rokita. Spotkania odbywały się w różnych polskich miastach, na przykład w Warszawie

⁶³ P. Włodarczyk, *Przyjazny bank*, „Newsweek Polska” 2003, nr 36, s. 49–57.

⁶⁴ Po raz pierwszy zaproponowano ten ranking w 2004 r.

⁶⁵ *Newsweek Polska. Katalog wystawy*, wrzesień 2002 r.

⁶⁶ [br. aut.], *Antysalon*, „Newsweek Polska” 2004, nr 15, s. [11].

(w Klubie Selekcja lub Manhattan) i Olsztynie (w Miejskim Ośrodku Kultury). Zainicjowano również inny cykl spotkań (tym razem w warszawskim klubie Czuły Barbarzyńca) zatytułowany *Rozmowy Piotra Bratkowskiego*. Tematy spotkań były rozmaite, jak choćby: *Zakaz palenia cygar czy Chrystus urodził się w supermarkecie*. Organizowano też sporadyczne spotkania, zatytułowane: *Forum Newsweeka i Wyższej Szkoły Europejskiej im ks. J. Tischnera w Krakowie*.

Ponadto organizowano rozmaite akcje i konkursy. Wśród nich znalazły się m.in. Program Edukacyjny *Temat: „Newsweek Polska”*, adresowany do nauczycieli i uczniów gimnazjów i liceów. Jak pisała redakcja, „Ma on pomóc nauczycielom, w przygotowaniu ciekawych zajęć na podstawie artykułów z >Newsweeka<”⁶⁷. Szkoły, które zgłosiły się do programu, otrzymywały materiały (przewodnik, zeszyt ćwiczeń, testy oraz mapy). W ramach tego przedsięwzięcia zorganizowano na przykład (pod patronatem Narodowego Banku Polskiego) cykl zajęć *Pomysł na biznes*. W odstępach miesięcznych na stronie www.szkoła.newsweek.pl zamieszczano zadania, których wykonanie miało złożyć się na kolejne rozdziały minibiznesu, przygotowywanego przez uczniów. Pomysł spotkał się z dużym odzewem, w drugim roku jego realizacji wzięło w nim udział ponad tysiąc szkół⁶⁸.

Innym pomysłem był program-konkurs *Junior Newsweek*, który zaproponowano uczniom w 2003 r. Adresowany był on do „młodych dziennikarzy”, wydających szkolne gazetki⁶⁹. Redakcja przesłała do placówek, które zgłosiły swój akces w konkursie, dziennikarski podręcznik „Newsweeka”. Na laureatów czekało zaproszenie na kolegium redakcyjne pisma i udział w warsztatach dziennikarskich. W tym przypadku partnerami akcji była, obok Narodowego Banku Polskiego, Telekomunikacja Polska.

W tym samym roku, w marcu, wespół z programem 1 TVP oraz 17 regionalnymi rozgłośniami radiowymi zainicjowano konkurs *Interiada 2003*, przeznaczony dla młodzieży poniżej 18. roku życia. Miał on sprawdzić wiedzę uczestników na temat Polski i Unii Europejskiej, a jego zwieńczeniem było parareferendum, w którym uczestnicy mieli opowiedzieć się za lub przeciw naszemu wstąpieniu do Unii⁷⁰.

Interesującym pomysłem był konkurs *Newsreportaż*. Po raz pierwszy zaproponowano go czytelnikom w 2002 r. Chętni mogli przysłać 6–8 zdjęć, które składałyby się na krótki fotoreportaż, odpowiadający tematowi jednej z trzech kategorii: Wydarzenia, Ludzie, Życie codzienne⁷¹. W kolejnych

⁶⁷ [br. aut.], *Temat: „Newsweek Polska”*, „Newsweek Polska” 2003, nr 21, s. 10.

⁶⁸ [br. aut.], *Temat: „Newsweek Polska”*, „Newsweek Polska” 2004, nr 39, s. 9.

⁶⁹ [br. aut.], *Junior Newsweek*, „Newsweek Polska” 2003, nr 46, s. [9].

⁷⁰ [br. aut.], *Europejski sondaż*, „Newsweek Polska” 2003, nr 13, s. 4.

⁷¹ „Newsweek Polska” 2002, nr 24, s. 4. Rozwiązanie pierwszej edycji konkursu: [br. aut.], *Newsreportaż: nagrodzeni, ibidem*, nr 36, s. [5].

edycjach konkursu zaproponowano jeszcze jedną kategorię, mieszczącą się w temacie „kultura”.

Liczne inicjatywy były wielokrotnie doceniane i nagradzane, podobnie jak wydawnictwo i dziennikarze, tworzący polską edycję „Newsweeka”.

Już w 2001 r. Axel Springer Polska został wybrany Wydawcą Roku 2001 (według *Raportu specjalnego Magazyny 2001* czasopisma branżowego „Media i Marketing Polska”). Z kolei w 2004 r. zdobył tytuł Wydawcy Roku w VIII edycji konkursu Partner Roku, organizowanego przez Ruch SA, m.in. za „partnerstwo, rzetelność i punktualność we współpracy”⁷².

Z kolei tygodnik „Newsweek Polska” otrzymał nagrodę w kategorii Medium reklamowe roku 2001 w konkursie organizowanym przez miesięcznik „Impact”, a według *Raportu specjalnego „Media i Marketing Polska”* został Magazynem Roku 2002/2003. Pismo otrzymało również EFFIE 2002, srebrną statuetkę w kategorii „Media”, a także tytuł Debiut Roku w konkursie Media Trend, organizowanym przez Eskadrę. Szybki sukces wydawniczy pisma został nagrodzony Honorowym Medalem Europejskim, przyznawanym przez Urząd Komitetu Integracji Europejskiej oraz BCC, za efektywne wejście na rynek mediów. W 2003 r. „Newsweek Polska” otrzymał tytuł As Empiku w kategorii Tygodniki.

W latach 2001–2005 nagrody otrzymali bądź byli do nich nominowani m.in. Szymon Hołownia⁷³, Karolina Jaroszewicz⁷⁴, M. Kęskrawiec⁷⁵, Stanisław Koczot⁷⁶, Mira Suchodolska⁷⁷, Piotr Zaremba⁷⁸, Rafał A. Ziemkiewicz⁷⁹.

Grupa docelowa odbiorców pisma zbliżona jest do czytelników dwóch wcześniej omawianych periodyków, chociaż po „Newsweek Polska” sięgają chętniej ludzie młodszy (w wieku od 15 do 24 lat), w tym studenci⁸⁰.

⁷² [br. aut.], *Wydawca Newsweeka nagrodzony*, „Newsweek Polska” 2004, nr 49, s. 10.

⁷³ Sz. Hołownia został nominowany do nagrody Ślad im. biskupa Jana Chrapka za „stworzenie nowatorskiej na polskim gruncie formuły pisania o sprawach religijnych w masowym piśmie świeckim”, Zob. [br. aut.], *Nominowany do Śladu*, „Newsweek Polska” 2004, nr 4, s. [9].

⁷⁴ K. Jaroszewicz otrzymała nagrodę w konkursie im. Mieczysława Orłowicza za najlepsze materiały radiowe, telewizyjne i prasowe promujące polską turystykę krajową.

⁷⁵ M. Kęskrawiec został nagrodzony Grand Press w kategorii dziennikarstwa specjalistycznego za artykuł *Terror ekologiczny*. Warto zaznaczyć, że nagrodę główną (tytuł Dziennikarza Roku) otrzymała J. Paradowska („Polityka”). M. Kęskrawiec został także m.in. laureatem (wraz z A. Tudyką z TVN) nagrody głównej w konkursie *Tylko ryba nie bierze*, zorganizowanym przez Fundację im Stefana Batorego. Także jeden z dziennikarzy tygodnika „Wprost” został nagrodzony w jednej z edycji tego konkursu.

⁷⁶ St. Koczot został laureatem *Ostrego Pióra 2002*, nagrody przyznawanej przez Zarząd Business Centre Club i Radę Organizatorów.

⁷⁷ M. Suchodolska otrzymała nagrodę *Ostrego Pióra* za propagowanie przedsiębiorczości, wspieranie idei wolnego rynku i szerzenie edukacji ekonomicznej.

⁷⁸ Otrzymał nagrodę Dziennikarza Roku miesięcznika „Press”.

⁷⁹ R. A. Ziemkiewicz był nominowany do Nagrody im A. Zajdla.

⁸⁰ [br. aut.], *Studenci za Newsweekiem*, „Newsweek Polska” 2003, nr 14, s. [5].

W badanym okresie periodyk był również najchętniej czytany tytułem w tej grupie pism przez menedżerów⁸¹.

Jakkolwiek tygodnikowi nie udało się zatrzymać na stałe pozycji lidera w grupie tygodników opinii, to jednak jego sukces czytelniczy na początku drogi, dotrzymanie kroku dwóm pozostałym konkurentom jest bezspornie faktem. Z perspektywy czasu T. Wróblewski, założyciel i pierwszy redaktor naczelny pisma, stwierdził: „Polski >Newsweek< rozkwitł na przekór trendom prasowym na świecie. I swoją ciężką pracą, konsekwencją, dystansem do kolejnych wolt politycznych stał się symbolem swojej epoki”⁸².

2.4.3. *Fabrykanci bestsellerów*⁸³: książka na łamach pisma

Jak już wcześniej wspomniano, na zawartość pisma składały się również informacje związane z szeroko rozumianą kulturą, w tym z książką. Najwięcej znajdowało się ich w oddzielnym dziale, *Kultura*, zajmującym średnio ok. 14 ostatnich stron periodyku.

Do numeru 17 (2003) włącznie działem kierował Wiesław Kot⁸⁴, zaś od następnego numeru zastąpiła go Grażyna Minkowska. Kolejnym szefem działu był Hubert Kropielnicki (od numeru 3/2004), następnie, od numeru 24 (2004) Józef Lubiński. Po nim *Kulturą* kierował Tomasz Plata (od numeru 41/2004). Ostatnia zmiana na tym stanowisku w badanym okresie nastąpiła od numeru 23/2005, kiedy szefem działu został Mariusz Cieślik, jeden z dotychczasowych recenzentów tygodnika „Polityka”. Wraz z rotacją osób kierujących działem zmieniał się również skład osobowy dziennikarzy przygotowujących informacje kulturalne. W ciągu 5 lat byli to: Piotr Bratkowski, Joanna Jachmann, Agnieszka Kowalczevska, Monika Kucia, Lech Kurpiewski, Filip Łobodziński, Magdalena Łukaszewicz, Grzegorz Sobaszek, Kamil Śmiałkowski, Katarzyna Zalewska i Anita Zuchowa. Jakkolwiek skład zespołu zmieniał się, to jednak zazwyczaj pozostawał on średnio 5-osobowy. Najdłużej, bo ponad trzy lata, pracował w nim W. Kot⁸⁵. Poza wymienionymi nazwiskami w dziale *Kultura* pojawiały się również teksty innych dziennikarzy lub współpracowników periodyku: Jakuba Chełmińskiego, Joanny Hayder, Joanny Kowalskiej, Wojciecha Kuczoka i Aleksandry

⁸¹ [br. aut.], *Newsweek dla menedżerów*, „Newsweek Polska” 2003, nr 43, s. [9].

⁸² T. Wróblewski, *Dekada globalizacji, dekada „Newsweeka”*, „Newsweek Polska” 2011, nr 36, s. 20.

⁸³ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Newsweek Polska” 2005, nr 28, s. 84.

⁸⁴ W. Kot nadal pozostawał w składzie osób, przygotowujących dział, mimo że już nim nie kierował. Jego nazwisko zniknęło ze stopki redakcyjnej dopiero w numerze 29 (2004).

⁸⁵ Od numeru 1 (2001) do numeru 29 (2004).

Więcej. Warto również wymienić autorów zagranicznych, których publikacje drukowano najprawdopodobniej we wszystkich edycjach pisma. W ten sposób czytelnik polski mógł poznać opinie na tematy kulturalne m.in. Davida Anseny, Paulo Coelho, Normana Daviesa, Jeffa Gilesa, Wiktora Jerofiejewa, Johna Horna, Petera Plagensa.

Zmiany na stanowisku kierowników działu nie wpływały znacząco na jego strukturę. W jego pierwszej części drukowano dłuższe, liczące przynajmniej pół strony, teksty poprzedzane określającymi ich charakter nagłówkami: *Architektura*, *Film*, *Kino*, *Książka*, *Muzyka*, *Sztuka*, *Teatr*. Nie wszystkie były jednak systematycznie zamieszczane. Zdarzało się niejednokrotnie, że w kilku następujących po sobie numerach brakowało tekstu, który odnosiłby się do zagadnień związanych na przykład z architekturą czy teatrem. Jedyną, która pojawiała się w każdym wydaniu przez cały analizowany okres, była rubryka *Książka*. Elementem łączącym tę część działu z następną, była *Sylwetka*. W tym miejscu prezentowano postać zazwyczaj zagranicznego aktora lub piosenkarza, zawsze przy okazji premiery filmowej bądź muzycznej. Tylko raz przedstawiono tu pisarza, a był nim John Grisham⁸⁶. Dział zamykał *Jupiter*⁸⁷. Był to (podobnie jak w przypadku *Afisz* w „Polityce” i *Menu* we „Wprost”) przegląd najważniejszych wydarzeń kulturalnych. Zajmował średnio 6 stron, podzielonych na pomniejsze rubryki, z których każda posiadała własny nagłówek, znów odnoszący się do przedmiotu kilku-, rzadziej kilkunastozdaniowej, notki, znajdującej się pod nim. W tym miejscu pojawiała się m.in. niewielka rubryka, zatytułowana *Książka*. W początkowym okresie drukowano tu również kolumnę, w której pojawiały się zaproszenia na imprezy organizowane w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie. Od numeru 37 w 2002 r. zamieszczano tu również (niesystematycznie) listę bestsellerów książkowych ostatniego miesiąca⁸⁸, a od numeru 49 (2004) pojawiała się w tym miejscu (sporydycznie) rubryka W. Kuczoka, zatytułowana *Dziennik zdziwień*. Jak wykazano w analizie pisma, w latach 2001–2005 na jego łamach pojawiło się **1528** informacji, związanych z literaturą, w tym z książką. W tabeli 26 przedstawiono ich konkretne formy wraz z odpowiadającą im liczbą⁸⁹.

⁸⁶ „Newsweek Polska” 2001, nr 2, s. 107.

⁸⁷ Rubryka zmieniała swą nazwę m.in. na: *Kalendarz Polska*, *Kalendarz Europa*, *Na afiszu*, *Karnet*. Więcej – zob. w dalszej części rozdziału.

⁸⁸ Zostanie ona omówiona w dalszej części rozdziału.

⁸⁹ Analogicznie do porządku przyjętego w odniesieniu do dwóch poprzednich tygodników, tak i tu zachowano porządek podawania poszczególnych kategorii według kolejności ich prezentowania.

Tabela 26. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba publikacji
Recenzje	520
Wywiady	26
Reklamy książek	187
Portrety/sylwetki	40
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego	169
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje znanych dzieł	162
Konkursy i akcje, organizowane przez „Newsweek Polska”	92
Listy bestsellerów	135
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	23
Inne ^a	174
Ogółem	1 528

^a W tej kategorii uwzględniono wszelkiego rodzaju informacje, zazwyczaj w postaci krótkich notek, donoszących na przykład o nagrodach, otrzymanych przez ludzi związanych z książką, nadaniu imienia twórcy szkole, instytucji itd., ale także informujące o jubileuszach pisarzy czy ich śmierci.

Źródło: badania własne.

Ogólna liczba informacji bezpośrednio bądź pośrednio związanych z książką stawia badany tygodnik na 2. miejscu wśród omawianych w pracy pism opinii. Teksty, o różnej objętości i charakterze, pojawiały się stosunkowo rzadko poza *Kulturą*. Recenzje jako rodzaj publikacji mogły swą obecnością najbardziej zaskoczyć czytelnika w różnych działach pisma. Podobnie było w przypadku wywiadów i reklam książkowych. Ich stosunkowo niewielka liczba może niepokoić w piśmie, które wszak przez pewien czas zajmowało pozycję lidera w swej grupie, a później mieściło się wśród trzech najważniejszych polskich pism opinii.

Jakkolwiek obydwie formy zostaną scharakteryzowane poniżej, warto jednak już w tym miejscu zaznaczyć, że w skromnej grupie anonsów wydawniczych znaczącą liczbę stanowiły inseraty, reklamujące książki wydawnictwa Axel Springer Polska.

2.4.3.1. *Muskając literaturę*⁹⁰: miejsce recenzji w układzie pisma

W badanym okresie na łamach pisma pojawiło się 520 recenzji⁹¹. W tabeli 27 zaprezentowano ich liczbę w każdym roku.

Tabela 27. Recenzje zamieszczane na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji ogółem
2001	34 ^a
2002	143
2003	133
2004	84
2005	126
Ogółem	520

^a Należy przypomnieć, że w 2001 r. do czytelnika trafiło jedynie 16 numerów tygodnika.

Źródło: badania własne.

Jak już wspomniano, większość recenzji drukowano w dziale *Kultura*. Mimo to, ponieważ sporadycznie pojawiały się one także w innych miejscach pisma, warto przyjrzeć się bliżej ich lokalizacji. W tabeli 28 przedstawiono ich liczbę wraz z rozmieszczeniem.

Tabela 28. Recenzje w dziale *Kultura* oraz w innych miejscach w „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Rok	Ogółem	W specjalnych rubrykach ^a	W dziale <i>Kultura</i> , poza wyodrębnionymi do tego celu rubrykami	W innych miejscach w piśmie
2001	34	23	11	–
2002	143	115	14	14
2003	133	115	14	4
2004	84	62	15	7
2005	126	100	17	9
Ogółem	520	415	71	34

^a To znaczy w rubrykach poświęconych wyłącznie na recenzje książek. Rubryki te kilkakrotnie w badanym okresie zmieniały nazwę i formę: zostaną dokładnie omówione w dalszej części rozdziału.

Źródło: badania własne.

⁹⁰ Tytuł recenzji. Zob. RZ, *Muskając literaturę*, „Newsweek Polska” 2005, nr 37, s. 102.

⁹¹ Ciekawą krytykę formy, jaką przybiera czasem współczesna recenzja, zamieścił J. Pilch w felietonie: *Grucha nie kocha Gliny*, „Polityka” 2003, nr 25, s. 100.

Jak zatem widać, liczba recenzji, drukowanych poza działem poświęconym informacjom kulturalnym, była stosunkowo niewielka, a w pierwszym badanym roku takich omówień nie było w ogóle. Podobnie nieznaczną liczbę recenzji odnaleźć można było w omawianym dziale, ale poza specjalnie przeznaczoną na recenzje książek rubryką.

Książki prezentowane w działach innych niż *Kultura* w większości przypadków nawiązywały tematycznie do tekstów drukowanych na sąsiednich stronach. Na przykład obok artykułu dotyczącego granic, jakie są w stanie przekroczyć fotoreporterzy, by zdobyć ciekawe zdjęcie, pojawiła się recenzja książki opowiadającej o manipulacji w środkach masowego przekazu⁹². Obok tekstu, związanego z dniem Świętego Walentego, przedstawiono poemat Czesława Miłosza *Orfeusz i Eurydyka*, który poeta dedykował swej zmarłej żonie i w którym podkreślał, że w życiu najważniejsza jest miłość i wiara⁹³. Obydwie recenzje znalazły się w dziale *Społeczeństwo*. Omówienia drukowano także na stronach poświęconych wydarzeniom na świecie (*Świat*) czy ciekawostkom naukowym (*Nauka*). Niekiedy książka stawała się przedmiotem felietonu. Tak było na przykład w tekście P. Bratkowskiego *Dobra wiadomość*⁹⁴, w którym znalazła się recenzja książki *Wygrać życie*⁹⁵. Ze względu na to, że liczba omówień książek, drukowanych poza specjalnie na to poświęconymi rubrykami była stosunkowo niewielka, szczególnie w przypadku tych recenzji, które znalazły się w innych, niż *Kultura*, działach (zaledwie 30), zrezygnowano z umieszczenia dodatkowej tabeli, analogicznej do zaprezentowanych w odniesieniu do dwóch wcześniej omówionych periodyków.

Najbogatszy w recenzje był dział *Kultura*. Powyżej wspomniano już o rubrykach, w których tego typu promocja książki była systematycznie drukowana. Przyjrzyjmy się im bliżej.

Nieznacznie zmieniała się strona, poświęcana recenzjom, drukowana w pierwszej części działu, zatytułowana *Książka* bądź *Książki*. Zaledwie kilkakrotnie jej nazwa była inna, chociaż forma pozostawała niezmienna. Trzykrotnie trafiła do czytelników jako *Recenzja*⁹⁶, zaś w siedmiu numerach tytułowano ją *Literatura*⁹⁷, a w dwóch *Premiery książki*. Recenzje zajmowały

⁹² N. Kita, *Problemy z prawdą*, „Newsweek Polska” 2004, nr 21, s. [85].

⁹³ W. Kot, *Powrót Orfeusza*, „Newsweek Polska” 2003, nr 7, s. 83.

⁹⁴ Drukowanym w rubryce *Ostatnie słowa*.

⁹⁵ P. Bratkowski, *Dobra wiadomość*, „Newsweek Polska” 2005, nr 50, s. 112, rec. książki: *Wygrać życie*, z *Kamilem Durczokiem rozmawia Piotr Mucharski*.

⁹⁶ Tak było w numerach 36 (2003), 2, 3 (2004).

⁹⁷ Tak było w następujących numerach w 2005 r.: 40, 42, 44, 45, 46, 48, 51/52. W tym przypadku pominięto jednak dane dotyczące autora recenzowanej książki, zamiast nich pojawił się rysunek.

w niej przeważnie jedną stroną, zawsze zawierającą streszczenie proponowanego tytułu, poprzedzone krótką charakterystyką samego autora i niekiedy komentarzem recenzenta. Nadto drukowano w nich kopię okładki prezentowanej książki i jej (niemal pełne) dane bibliograficzne. W przypadku książki autora obcego nie zawsze pamiętano o podaniu nazwiska tłumacza, niekiedy pomijano również miejsce jej wydania. Rzadko informowano o roku, w którym pojawiła się na rynku, chociaż prawie nigdy nie zapomniano o podaniu jej ceny. W recenzji zamieszczano zdjęcie autora książki wraz z kilkoma informacjami na jego temat: 3–4 daty odnoszące się do ważnych wydarzeń z życia (niekiedy podawano wiek pisarza, ale także na przykład datę publikacji pierwszej książki bądź otrzymanej nagrody). Omówienie posiadało własny tytuł, było też podpisane pełnym nazwiskiem dziennikarza. Na zdjęciu 52 i 53 zamieszczono przykładowe strony recenzyjne.



Zdjęcie 52. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2003, nr 8, s. 106



Zdjęcie 53. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2003, nr 36, s. 106

Od numeru 37 (2005) jako dodatkowy element pojawiła się ocena proponowanej książki, w postaci symboli przypominających sygnalizację świetlną: kolor zielony oznaczał, że lekturę *warto* przeczytać, żółty, że *ewentualnie* można się z nią zapoznać, zaś czerwony, że *nie warto* tracić na nią czasu⁹⁸. Symbole oceny zmieniły się w numerze 47 (2005): pionowa lub pozioma kreska na czerwonym tle sugerowała, że książka według recenzenta jest *śłaba*, kółko na żółtym polu wskazywało na *ciekawą* tytuł, zaś krzyżyk na zielonym tle oznaczał *super*-książkę.

W tych omówieniach prezentowano zazwyczaj jeden tytuł, chociaż zdarzały się również wyjątki, jak choćby w numerze 33 (2002), gdzie Aleksandra Boćkowska zaproponowała lekturę czterech książek: Manuela V. Montalbána *Morderstwo w Komitecie Centralnym*, *Ptaki Bangkoku*, *Kwintet z Buenos Aires* oraz Andrea Camilleri *Psa z terakoty*⁹⁹ albo kiedy Agata Passent proponowała czytelnikom pisma kilka wybranych przez siebie książek kucharskich¹⁰⁰.

⁹⁸ Zob. np. RZ, *Muskając literaturę*, „Newsweek Polska” 2005, nr 37, s. 102.

⁹⁹ A. Boćkowska, *Daleko od zbrodni*, „Newsweek Polska” 2002, nr 33, s. 104–105.

¹⁰⁰ A. Passent, *Krajobraz po satelce*, „Newsweek Polska” 2005, nr 1, s. 99.

Jednocześnie od wspomnianego 37 numeru w 2005 r., w ramach pierwszej części działu, zaczęto drukować kolumnę, w której znajdowały się trzy kilkuzdaniowe recenzje, każda z nich z własnym tytułem, podpisana inicjałami recenzenta i uzupełniona kopią okładki proponowanej książki oraz odnoszącymi się doń (niepełnymi) danymi bibliograficznymi i oceną. Po niecałych trzech miesiącach, od numeru 47 (2005) zmieniono zarówno nazwę, jak i w niewielkim stopniu formę tej rubryki na *Premiery książki* – tym razem recenzje nie były już anonimowe. Nowa propozycja wyglądała w taki oto sposób – zdjęcie 54 i 55.



Zdjęcie 54. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2005, nr 38, s. 118



Zdjęcie 55. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2005, nr 49, s. 101

Kolejną grupę omówień stanowiły informacje drukowane w drugiej części działu, w ramach stron, które przez większość badanego okresu nosiły tytuł *Jupiter*, od numeru 36 (2002) z podtytułem *Tygodniowy raport Sztuka, Muzyka, Teatr, Wystawy, Film, Wideo, Książka, Design*. Od numeru 27 (2004) zmieniły one nazwę na *Kalendarz Polska, Kalendarz Europa*, a po kilku miesiącach w jednym tylko numerze (4/2005) czytelnik odnalazł je w postaci tytułu *Na afiszu Tygodniowy raport Sztuka Muzyka Teatr Film Wideo/DVD Książka*. Od kolejnego numeru widniała ona w piśmie jako *Karnet Raport Sztuka Muzyka Teatr Film Wideo/DVD Książka*.

O ile w początkowym okresie strony te pojawiały się systematycznie w każdym numerze tygodnika, o tyle w ostatnich badanych numerach proponowano je sporadycznie. Do numeru 4 (2005) w tym miejscu znajdowały się krótkie anonimowe omówienia, wyodrębnione nagłówkiem *Książka*, z niepełnymi danymi bibliograficznymi i kopią okładki proponowanego tytułu. Od numeru 5 (2005) wraz ze wspomnianą wcześniej zmianą nazwy rubryki, informacje związane z książką przyjmowały w tym miejscu postać sporadycznie zamieszczanych rankingów bądź równie sporadycznie drukowanej rubryki P. Bratkowskiego (zostanie ona omówiona w dalszej części rozdziału). Zaniechano wówczas drukowania na tych stronach choćby krótkich informacji związanych z książką.

Wcześniej jednak pojawiały się w tym miejscu krótkie omówienia. Miały one różną objętość, nie przekraczającą jednak pół strony, przeważnie zaś obejmowały zaledwie kilka zdań, sprowadzających się w większości przypadków do zwięzłego przedstawienia treści proponowanej książki.

Postać zamieszczanych w tym miejscu informacji o książce przypominała w większym stopniu adnotacje treściowe odnoszące się do prezentowanego tytułu niż faktyczną recenzję. Podstawową rubryką, poświęconą na obszerniejsze prezentowanie książek, była opisana wcześniej pierwsza część działu.

Należy także wspomnieć o rubryce zamieszczanej od numeru 4 (2005): *Piotr Bratkowski poleca nowe książki*, najpierw w ramach *Na afiszu*, a następnie *Karnetu*. Miała ona postać modułu, zazwyczaj drukowanego u dołu strony, zawierającego krótkie adnotacje dotyczące trzech książek, z kopiami ich okładek obok. Dane bibliograficzne ograniczały się w tym przypadku do podania (w treści notki) autora i tytułu książki oraz na końcu jej wydawcy. Rubryka ta pojawiła się w siedmiu numerach pisma¹⁰¹.

W jej obrębie znany recenzent prezentował krótko trzy wybrane przez siebie książki, ograniczając się zazwyczaj do krótkiego przedstawienia ich

¹⁰¹ „Newsweek Polska” 2005, nr 4, 5, 6, 7, 8, 9, 18, 35. Raz, z okazji rocznicy wybuchu Powstania Warszawskiego, pojawiła się podobna w swej formie rubryka: *Powstanie Warszawskie. Nowe książki*, zob. *ibidem*, nr 30, s. 102.

treści i podania podstawowych danych bibliograficznych. Były to zatem krótkie adnotacje, nieco rozwinięte wzmianki informacyjne, wpisujące się w charakter tej rubryki.

W omawianym periodyku, w przeciwieństwie do dwóch poprzednich pism opinii, stosunkowo rzadko drukowano recenzje cykliczne, które redakcje zwykły zamieszczać z okazji Świąt Bożego Narodzenia, Wielkanocy czy chociażby zbliżających się wakacji¹⁰². Warto jednak w tym miejscu wspomnieć o jednej tego typu akcji pisma. Otóż w 2004 r. w jednym z numerów czerwcowych, pojawił się ośmiostronicowy przewodnik, w którym polecano różnego rodzaju lektury na lato: powieści, poradniki, komiksy, literaturę fantasy i *science fiction*, eseje, tytuły z literatury faktu. Krótkie opisy wybranych tytułów wzbogacono ich kolorowymi okładkami, pod którymi umieszczono podstawowe dane bibliograficzne (nazwisko autora, tytuł, nazwę wydawcy i cenę proponowanej książki)¹⁰³.

Jakkolwiek inna akcja tygodnika nie przybrała formy typowej recenzji, to jednak, ze względu na założenia jej autorów, warto o niej wspomnieć. W 2002 r., w jednym z majowych numerów pojawił się przegląd 100 tytułów książek (po 10 propozycji przypisanych do wybranych gatunków literackich), wydanych od początku roku poprzedniego. Na pięciu stronach znalazły się kopie okładek wybranych książek z jednozdaniowymi adnotacjami oraz nazwiskiem autora i tytułem polecanej książki. Propozycje zgłoszone przez Witolda Beresia, Grzegorza Leszczyńskiego, Wacława Sadkowskiego, Joannę Siedlecką, Mariana Stałę, Jerzego Szyłaka, Jarosława Włodarczyka i R. Ziemkiewicza opracował K. Śmiałkowski, a ilustrował Dariusz Łabędzki. Były to różnorodne lektury, te, które wymienieni pisarze, dziennikarze, historycy, krytycy literatury uznali za wartościowe, takie, które warto mieć w swej domowej bibliotece. W zestawieniu znalazła się polska literatura piękna (m.in. *Ty jesteś Daniel* Hanny Krall, *Zima* Andrzeja Stasiuka) i obca (np. *Makbet* Williama Szekspira i *Baudolino* Umberto Eco), literatura popularna (wśród propozycji pojawił się *Władca Pierścieni* Johna R. R. Tolkiena, *Opowieści o pilocie Pirxie* Stanisława Lema). Pojawiły się również tytuły, zaliczone do literatury faktu (jak *Prawda w oczy nie kole* Józefa Mackiewicza czy wspomnienia wojenne Karoliny Lanckorońskiej), poezji (m.in. Ewy Lipskiej *Sklepy zoologiczne*, Marcina Świetlickiego *Czynny do odwołania*). Zadbano także o miłośników komiksów, a wśród propono-

¹⁰² Zob. np. „Newsweek Polska” 2002, nr 22, s. 102–105; 2003 nr 21, s. 88–92. Pewną namiastką tej formy informacji o książce może być propozycja, jaka pojawiła się w 2002 r., tuż przed Świątami Bożego Narodzenia. Przypominała ona raczej reklamę wydawniczą niż ofertę odredakcyjną. Zob. *Przepis na sukces*, „Newsweek Polska” 2002, nr 48, s. 111.

¹⁰³ [br. aut.], *70 książek, które warto przeczytać*, „Newsweek Polska” 2004, nr 26, s. [97]–104.

wanych tytułów znalazły się obok *Tytusa, Romka i A`Tomka* Henryka Chmielewskiego także m.in. *Kajtek i Koko w kosmosie* Janusza Christy¹⁰⁴.

W ciągu omawianych pięciu lat na łamach pisma pojawiło się 65 nazwisk recenzentów. Jest to liczba niepełna, jako że aż w 221 przypadkach omówienia książek były anonimowe. (zob. Aneks 19. Autorzy recenzji drukowanych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005). Wśród podanych nazwisk, poza wcześniej wymienionymi, pojawili się również m.in. Agnieszka Fedorczyk, Maksymilian Fuzowski, Jarosław Giziński, Katarzyna Klejnocka, Janusz Majcherek, Andrew Nagorski, Dariusz Nowacki, Piotr Zaremba i Robert Ziębiński. Rekordzistą pod względem omówionych książek był W. Kot: przedstawił (głównie w obszernych recenzjach) 87 tytułów. Z kolei P. Bratkowski omówił 82 książki.

W sumie zrecenzowano książki 383 różnych autorów¹⁰⁵, w tym 147 pisarzy polskich i 236 obcych (zob. Aneks 20. Autorzy recenzowanych książek na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005). Wyraźnie większa liczba nazwisk pisarzy obcych potwierdza politykę pisma, preferującego prezentację twórców zagranicznych, w mniejszym zaś stopniu polskich. Jak twierdzi W. Kot:

obecność wśród recenzowanych książek autorów obcych brała się z przekonania, że czytelnik „Newsweeka” jest osobą otwartą na świat i świata ciekawą. Na tym tle literatura polska była tylko skromnym wycinkiem tego szerokiego pasma rzeczy interesujących, które działy się na świecie. Poza tym trudno było co tydzień natknąć się na interesującą polską książkę. W dodatku w tłumaczeniach docierały do nas rzeczy wybitne, wyselekcjonowane już wcześniej przez światowe media i wydawców. Recenzowaliśmy więc często książki, o których dyskutował cały świat. Kryterium wyboru była opinia, jaką książka czy autor cieszył się na świecie. Informacje na ten temat pozyskiwaliśmy z zagranicznych witryn sprawdzając, jaką prasę ma dana pozycja. Jeżeli było wokół niej głośno, tym chętniej recenzowaliśmy ją w polskim tłumaczeniu. Było to zgodne z polityką informacyjną całego pisma¹⁰⁶.

Zdarzało się, że kilkakrotnie recenzowano twórczość tego samego autora. Tak było w 61 przypadkach (21 razy w odniesieniu do autora polskiego i 40 razy wobec pisarza obcego). Największe zainteresowanie recenzentów wzbudziła twórczość Stephena Kinga i Harlana Cobena. Kilkakrotnie sięgnięto po książki Jana Pawła II. W tabeli 29 zaprezentowano nazwiska tych twórców, którzy najczęściej pojawiali się w recenzjach na łamach pisma¹⁰⁷.

¹⁰⁴ K. Śmiałkowski, *Literatura XXI wieku*, „Newsweek Polska” 2002, nr 18, s. 94–98.

¹⁰⁵ W 36 przypadkach nie podano autora.

¹⁰⁶ Informacje uzyskane dzięki korespondencji z W. Kotem.

¹⁰⁷ Nie wprowadzono w tym przypadku dwóch tabel, oddzielnych dla pisarzy polskich i obcych, jako że cała grupa twórców była znacznie mniejsza niż w przypadku np. „Polityki”.

Tabela 29. Najczęściej recenzowani autorzy polscy i obcy na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Stephen King	6	<i>Danse Macabre</i> <i>Colorado Kid</i> <i>Miasteczko Salem</i> <i>Powołanie Trójki</i> <i>Roland</i> <i>Wszystko jest względne</i>
Harlan Coben	5	<i>Bez pożegnania</i> <i>Bez skrupułów</i> <i>Bez śladu</i> <i>Krótką piłka</i> <i>Nie mów nikomu</i>
Jan Paweł II	5	<i>Pamięć i tożsamość (dwukrotnie)^a</i> <i>Pasterz i liberał</i> <i>Pozdrawiam i błogosławię. Listy prywatne papieża^b</i> <i>Wstańcie, chodźmy!</i>
Norman Davies	4	<i>Microcosmos</i> <i>Powstanie '44 (dwukrotnie)</i> <i>Wyspy. Historia</i>
Katarzyna Grochola	4	<i>Ja wam pokażę!</i> <i>Nigdy w życiu!</i> <i>Podanie o miłość</i> <i>Serce na temblaku</i>
Rafał A. Ziemkiewicz	4	<i>Cała kupa wielkich braci</i> <i>Ciało obce</i> <i>Polactwo</i> <i>Viagra mać</i>
John M. Coetzee	3	<i>Elizabeth Costello</i> <i>Slow Man</i> <i>Godziny</i>
Michael Cunningham	3	<i>Dom na krańcu świata</i> <i>Godziny</i> <i>Z ciała i duszy</i>
Umberto Eco	3	<i>Baudolino</i> <i>Historia jest piękna</i> <i>Tajemniczy płomień królowej Loany</i>
Neil Gaiman	3	<i>Arlekin i walentynki</i> <i>Dym i lustra</i> <i>Morderstwa i tajemnice</i>
René Goscinny	3	<i>Lichotek i czarnoksiężnik</i> <i>Nowe przygody Mikołajka</i> <i>Wujek Puszkina, dobry niedźwiedź</i>

Tabela 29 (cd.)

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Nick Hornby	3	<i>Długa droga w dół</i> <i>Futbolowa gorączka</i> <i>Jak być dobrym</i>
Tomasz Lis	3	<i>Co z tą Polską?</i> <i>Nie tylko fakty</i> (dwukrotnie) ^c
Robert Ludlum	3	<i>Opcja paryska</i> <i>Protokół Sigmy</i> <i>Zdrada Tristana</i>
Gabriel G. Márquez	3	<i>Memoria de mis putas tristes</i> <i>Na fałszywych papierach w Chile</i> <i>Skandal stulecia i inne felietony</i>
Czesław Miłosz	3	<i>Orfeusz i Eurydyka</i> <i>Spiżarnia literacka</i> <i>Wiersze, t. II</i>
Manuel V. Montalbán	3	<i>Kwintet z Buenos Aires</i> <i>Morderstwo w Komitecie Centralnym</i> <i>Ptaki Bangkoku</i>

^a W 2005 r. w numerze 6 pojawił się cały cykl tekstów, poświęconych nowej książce Jana Pawła II.

^b W jednym przypadku była to książka napisana przy współpracy z M. Skwarnickim.

^c Recenzja książki *Nie tylko fakty* pojawiła się w zaledwie odstępku 2 tygodni: „News-week Polska” 2004, nr 38, s. 80; nr 40, s. 106.

Źródło: badania własne.

Jak wynika z tabeli 29, grupę recenzowanych pisarzy stanowili w dużej mierze ci, którzy tworzyli literaturę popularną (jak choćby H. Coben, K. Grochola, S. King, R. Ludlum), z niewielkimi tylko wyjątkami (na przykład Jan Paweł II, Cz. Miłosz). Podobnie wyglądała sytuacja, jeśli przyjrzymy się nazwiskom, które pojawiły się przy okazji recenzji dwukrotnie. Wśród nich znaleźli się m.in. Stefan Chwin, Tom Clancy, Helen Fielding, Janusz Głowacki, John Grisham, Henryk Grynberg, John Irving, W. Kuczok, Stanisław Lem, Frank Miller, Joanne K. Rowling, Sławomir Shuty, Izabela Sowa, Andrzej Stasiuk, Olga Tokarczuk, William Wharton, Marcin Wolski. Niewielką grupę stanowili tacy autorzy, jak: Anne Applebaum, Bohumil Hrabal, Hanna Krall i Wiktor Pielewin. Zarówno w odniesieniu do literatury obcej, jak i polskiej, wybór był w większości ten sam: omawiano tytuły znane szerszej publiczności czytelniczej. Pełna lista nazwisk autorów książek recenzowanych w tym okresie na łamach pisma potwierdza ów wniosek.

W ciągu 5 lat recenzenci tygodnika skorzystali z oferty 84 wydawców¹⁰⁸ (zob. Aneks 21. Wydawcy recenzowanych książek na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005). W tabeli 30 przedstawiono te oficyny, z pozycji których redaktorzy pisma korzyścili najczęściej.

Tabela 30. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Dom Wydawniczy REBIS	41
Wydawnictwo W.A.B.	35
Wydawnictwo Prószyński i S-ka Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	33
Wydawnictwo Muza	32 ^a
Wydawnictwo Amber	22
Wydawnictwo Literackie	20
Świat Książki	18
Wydawnictwo Albatros	15 ^b
Wydawnictwo Zysk i S-ka	14

^a W jednym przypadku była to książka wydana wspólnie z Wydawnictwem Albatros.

^b Raz była to książka wydana razem z Wydawnictwem Muza.

Źródło: badania własne.

Pełne zestawienie wydawców potwierdza wysuniętą powyżej tezę, że w tygodniku sięgano przede wszystkim po książki znanych edytorów, jak choćby Dom Wydawniczy REBIS, W.A.B. czy Wydawnictwo Prószyński i S-ka. Zaledwie kilkakrotnie przedstawiono ofertę mniej znanych oficyn, na przykład Wydawnictwa Gaudium, Werset albo Mag.

2.4.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady

Większość recenzji prezentowała nowości wydawnicze. Niektóre z omówień miały charakter prospektywny. Tak było na przykład w przypadku książki Sándor Márai *Wyznania patrycjusza*¹⁰⁹, Davida Schicklera *Pocałunki na Manhattanie*¹¹⁰ czy *Last stop Vienna* Andrew Nagorsky'ego, szefa wydań obcojęzycznych „Newsweeka”¹¹¹. Książki współpracowników pisma były kilkakrotnie przedmiotem recenzji. Proponowano m.in. *Portrety*

¹⁰⁸ W 34 przypadkach nie podano nazwy wydawcy, z czego w 11 przypadkach książki opublikowane były prawdopodobnie za granicą (na podstawie: www.bn.org.pl).

¹⁰⁹ [br aut.], *Niepokorny patrycjusz*, „Newsweek Polska” 2002, nr 10, s. [109].

¹¹⁰ [br aut.], *Wielbiciel windy*, „Newsweek Polska” 2003, nr 6, s. 110.

¹¹¹ S. Meadows, *Brunatne koszule*, „Newsweek Polska” 2003, nr 3, s. 110.

ślawnych Polaków dwudziestego wieku W. Kota¹¹², *Wiersze stare i nowe* P. Bratkowskiego¹¹³ i czterokrotnie książki R. A. Ziemkiewicza¹¹⁴. Zachęcano również do sięgnięcia po tytuły wydane przez Axel Springer Polska w ramach kolekcji *Literatura w spódnicy*¹¹⁵. Kilkakrotnie przybliżano czytelnikom tytuły opublikowane za granicą¹¹⁶; niektóre z nich miały pojawić się w ciągu kilku miesięcy w Polsce.

W zależności od miejsca, w którym zamieszczano recenzje, miały one różną objętość: jeśli pojawiały się w pierwszej części działu *Kultura* lub poza nim, zajmowały zwyczajowo jedną stronę. Rzadko zdarzały się omówienia obszerniejsze. Wyjątkiem była pięciostronicowa prezentacja nowej książki Doroty Masłowskiej *Paw królowej*¹¹⁷ czy trzystronicowa recenzja *Słynnych zdjęć i ich historii* Hansa-Michaela Koetzle¹¹⁸. Natomiast omówienia drukowane w ramach *Jupitera* przybierały postać raczej krótkich, kilkudzaniowych notek, mających charakter wzmianek niżli typowych recenzji. Warto zaznaczyć, że większość recenzentów pisma dbała o podanie danych bibliograficznych. W przypadku omówień dokonywanych przez W. Kota były one najpełniejsze, choć i ten dziennikarz nie zawsze pamiętał o podawaniu nazwiska tłumacza proponowanej książki autora obcego czy miejscu jej wydania. Z reguły jednak również najkrótsze wzmianki o książkach posiadały elementy przynajmniej podstawowe, pozwalające zidentyfikować daną lekturę, jak choćby jej autor i tytuł. Zazwyczaj pod notką widniała również nazwa wydawcy i niemal zawsze cena proponowanego tytułu.

Prawie wszystkie recenzje, omówienia, czy choćby adnotacje, zawierały w sobie streszczenie głównych wątków proponowanej książki. Naturalnie, najbardziej rozbudowane pod tym względem były prezentacje lektur, pomieszczane w pierwszej części działu kulturalnego, chociaż i tu zdarzały się kilkudzaniowe zaledwie streszczenia o różnym charakterze i rozmaitej formie. Oto kilka wybranych, typowych przykładów, ilustrujących tę cechę:

Rzecz o małym amerykańskim miasteczku, ale opisanym tak, jakby chodziło o ogromną gotycką katedrę. Bo losy tej zabitej dechami dziury ze stanu Maine ścielą się nie tylko główną nawą, ale mają też swoje kapliczki, krużganki i podcienie. Układa się z tego imponująca, 550-

¹¹² [br. aut.], *Sto twarzy*, „Newsweek Polska” 2001, nr 15, s. 110.

¹¹³ W. Kot, *Drzazga buntu*, „Newsweek Polska” 2003, nr 26, s. 106.

¹¹⁴ „Newsweek Polska” 2002, nr 11, s. 104; nr 49, s. 124; 2004, nr 32, s. 24–25; 2005, nr 33, s. 92.

¹¹⁵ Zob. np. [br. aut.], [br. tyt.], „Newsweek Polska” 2004, nr 43, s. [115].

¹¹⁶ „Newsweek Polska” 2003, nr 19, s. 106; nr 41, s. 113; 2002, nr 46, s. 106; 2004, nr 52/53, s. 108; 2005, nr 50, s.70–[71].

¹¹⁷ P. Bratkowski, M. Łukaszewicz, *Ewangelia według McDoris*, „Newsweek Polska” 2005, nr 20, s. [90]–96.

¹¹⁸ J. Bielinowicz, *Zobaczmy to jeszcze raz*, „Newsweek Polska” 2003, nr 19, s. 102–104.

-stronicowa saga amerykańskiej prowincji. Możemy poczuć się jak u siebie, śledząc losy mieszkańców miasteczka, kiedyś tętniącego życiem i pewnego swych świetnych perspektyw, a dziś podupadającego¹¹⁹.

Mieszkający od lat w mieście Salthill rzeźbiarz Adam Berendt umiera w ponurych okolicznościach. Kulisy jego śmierci i życia odsłania czytelnikom zakochana w nim właścicielka księgarni Marina Troy. To właśnie ona odkrywa w domu Adama pudło z miłosnymi listami, które pisały do niego inne kobiety z miasta¹²⁰.

Niekiedy recenzent ograniczał się do ogólnej charakterystyki treści danej książki, jak na przykład:

Tom zawiera łącznie ponad trzydzieści miniatur. W większości są to dowcipne obrazki z życia wzięte, choć nie brakuje też fantastycznych, zakręconych nowelek. [...] Bohaterami wszystkich opowiadań są zwyczajni, przeciętni obywatele, mieszkańcy bloków z wielkiej płyty lub wiosek, ulokowanych gdzieś na obrzeżach wielkich miast¹²¹.

Nie brakowało jednocześnie recenzji, które niemal w całości poświęcone były analizie głównej fabuły przedstawianej książki¹²².

Znacznie częściej, niż było to w przypadku dwóch wcześniej omówionych tygodników, w recenzjach zamieszczanych na łamach „Newsweek Polska”, w pierwszej części działu kulturalnego, pojawiały się informacje związane z autorem proponowanej książki. Podawano je w rozmaitej formie. Przeważnie były to małe moduły, umieszczane przy zdjęciu twórcy, zawierające daty i przypisane im wydarzenia z jego życia, albo też tytuły jego najważniejszych książek. Poza jednak tymi encyklopedycznymi danymi, nierzadko w tekście recenzji odnaleźć można było rozszerzone informacje związane zwłaszcza z życiem zawodowym autora lub jego poglądami. I tak na przykład, czytelnicy przy okazji recenzji *Niewdzięczności*, dowiedzieli się, że jej autor, Alain Finkielkraut,

jest jednym z nielicznych dzisiaj intelektualistów, którym naprawdę zależy. Zależy przede wszystkim na tym, żeby zrozumieć świat. Ponadto zależy mu na tym, żeby rozumieć świat, w jakim żyjemy nie stawał się gorszy. [...] nie jest antyliberalny, ale obawia się tego, przed czym przestrzegał teoretyk liberalizmu Benjamin Constant, a mianowicie niebezpiecznej wolności od wspólnoty, od państwa, a wobec tego od tradycji i historii¹²³.

R. Ziębiński, proponując powieść S. Kinga *Colorado Kid*, przypomniał, że autor

¹¹⁹ W. Kot, *Rewers Ameryki*, „Newsweek Polska” 2003, nr 30, s. 98.

¹²⁰ R. Ziębiński, *We władzy przypadku*, „Newsweek Polska” 2005, nr 41, s. [121].

¹²¹ D. Nowacki, *Kowalscy na surowo*, „Newsweek Polska” 2005, nr 43, s. [117].

¹²² Zob. np. „Newsweek Polska” 2002, nr 46, s. 106; 2004, nr 36, s. 90–91; 2005, nr 10, s. 88.

¹²³ M. Król, *Świat bez pamięci*, „Newsweek Polska” 2005, nr 47, s. 110.

pokazał w czasie swojej wieloletniej kariery, że jest pisarzem sprawnym w każdym gatunku. Debiutował jako autor horrorów, pisał powieści obyczajowe, fantasy, wspomnienia, eseje¹²⁴.

Z kolei Sz. Hołownia, pisząc o kontrowersyjnej książce *Moralny rozrachunek*, przypomina czytelnikom:

Kim jest Daniel Goldhagen? Dotąd wydawało się, że historykiem. Zasłynął, publikując w 1996 r. książkę „Gorliwi kaci Hitlera” (polskie wydanie: Prószyński i S-ka, 1999), gdzie na podstawie socjologicznej analizy kilku batalionów nazistowskiej policji dowodził, że tzw. normalni Niemcy są za Holocaust odpowiedzialni w tej samej mierze, co ich przywódcy. Za tę książkę otrzymał nawet w RFN Nagrodę Demokracji¹²⁵.

Czasami dany autor porównywany był z innymi twórcami, jak choćby:

Russo jest świetnym kontynuatorem najlepszych badaczy amerykańskiej prowincji. Jak Sinclair Lewis (1885–1951), który z pasją i wycuciem satyrycznym odtwarzał bogobojną i kapitalistyczną mentalność amerykańskiej klasy średniej jeszcze w latach 20., Russo idzie też śladem innego giganta współczesnej literatury Sherwooda Andersona (1876–1941) [...]. Blisko też Richardowi Russo do bardzo w Polsce lubianego Johna Irvinga¹²⁶.

Niekiedy recenzent ograniczał się do krótkiego stwierdzenia, odnoszącego się do autora proponowanej książki, jak choćby:

Jeszcze rok temu Sławomir Shuty był pisarzem niszowym, autorem trzech tomów prozy, o których świat niewiele wiedział. Jego czwarta książka, nagrodzona Paszportem „Polityki” powieść „Zwał”, zmieniła wszystko: Shuty niemal z dnia na dzień stał się pisarzem trendy¹²⁷.

Przeważająca liczba recenzji miała charakter pozytywny. I tak na przykład Piotr Kępiński chwalił wiersze Jarosława Mikołajewskiego:

Nieźle pióro ma ten poeta. Piszę jak jest. Nie zakręca i nie ściemnia. Jego zdania są proste i jednocześnie pełne treści. [...] poeta wytrawny, publicysta znakomity i autor kongenialnych tłumaczeń za nic ma napuszone metafory. [...] Dlatego polecam [...] Tak pisze Mikołajewski, który ma styl, że ho, ho. Wie też, jak opowiadać i nie nudzić przy okazji. Czego więcej trzeba?¹²⁸

P. Bratkowski, przyznając się do swej młodzieńczej fascynacji twórczością E. Lipskiej, pisał o jej nowym tomiku wierszy, podkreślając, że jest w nim „jak dawniej inteligencja i ironia”, jednocześnie cytując jeden z nich

¹²⁴ R. Ziębiński, *King pulp fiction*, „Newsweek Polska” 2005, nr 39, s. 112.

¹²⁵ Sz. Hołownia, *Skandalista Goldhagen*, „Newsweek Polska” 2002, nr 42, s. 88.

¹²⁶ W. Kot, *Rewers Ameryki*, „Newsweek Polska” 2003, nr 30, s. 98.

¹²⁷ D. Nowacki, *Kowalscy na surowo*, „Newsweek Polska” 2005, nr 43, s. [117].

¹²⁸ P. Kępiński, *Opowieści o miłości i śmierci*, „Newsweek Polska” 2005, nr 50, s. 112. Książka została oznaczona symbolem, oznaczającym tytuł „super”.

(Dyskoteka)¹²⁹. Przywoływanie jednego z utworów z proponowanych zbiorów wierszy było w przypadku prezentacji tego typu literatury częstym zwyczajem autorów tygodnika. Tak było również w przypadku wierszy Wisławy Szymborskiej (obok recenzji pojawił się wówczas przejmujący wiersz *Wypadek drogowy*, z tomu *Dwukropek*, w kolejnym omówieniu zbioru *Chwila* zamieszczono fragment wiersza *W zatrzęsieniu*).

Recenzje poezji były jednak nieczęstym gościem na łamach pisma, przeważnie bowiem oceniano prozę. I tak na przykład, J. Giziński tak pisał o książce Krystyny Jagiełło, *Po zmierzchu bogów*: „To interesująca lektura, pełna scen z życia politycznego i codziennych spraw, którymi żyli nasi zachodni sąsiedzi”¹³⁰ i przyznawał proponowanej książce najwyższą ocenę. Podobnie D. Nowacki uważał, że warto sięgnąć po książkę Karela van Loona *Ojciec i ojciec*, tak uzasadniając swoją opinię: „Książka jest świetnie napisana, a do tego ciekawie pokazuje obyczaje oraz niesłychanie skomplikowane relacje między najbliższymi. Nie dziwi więc, że to najczęściej tłumaczona holenderska powieść współczesna”¹³¹. Podobnie recenzja książki *Nie mów nikomu* zasłużyła w oczach W. Kota, na pochwałę: „Precyzyjna intryga i odrażający bohaterowie – to recepta Harlana Cobena na mistrzowski kryminał. [...] czyta się jak dopracowany w najdrobniejszych szczegółach scenariusz inteligentnego thriller”¹³².

Równie pozytywną opinię wystawił M. Cieślik *Tajemniczemu płomieniowi królowej Loany* U. Eco, twierdząc, że jest to najlepsza książka autora od czasów *Imienia róży*. Pomimo fabuły „zaskakująco wątej”, podkreślał, że dla czytelnika płyną z lektury dwa ważne wnioski, z których jeden „ogranicza się do prostego stwierdzenia: mamy w życiu tylko dwie ważne sprawy: miłość i śmierć. Reszta to szpargały”¹³³.

Pojawiały się jednak również recenzje negatywne, chociaż nie istniała specjalnie dla nich poświęcona rubryka, tak jak było to w przypadku tygodnika „Polityka”. Niepochlebne opinie drukowano na łamach „Newsweek Polska” w różnych działach i rubrykach pisma. Sz. Hołownia, omawiając wspomnianą już książkę D. J. Goldhagena, *Moralny rozrachunek. Rola Kościoła katolickiego w holocauście*, pisał:

Autor twierdzi, że Kościół jest odpowiedzialny za holocaust, a chrześcijaństwo legło u podstaw nazizmu. [...] znajdujemy zresztą całą gamę absurdów, treściowych i formalnych.

¹²⁹ P. Bratkowski, *Odjazd z dyskoteki*, „Newsweek Polska” 2005, nr 5, s. 106.

¹³⁰ J. Giziński, *Panorama Niemiec*, „Newsweek Polska” 2005, nr 49, s. 101.

¹³¹ D. Nowacki, *Powieść-zagadka*, „Newsweek Polska” 2005, nr 38, s. 118.

¹³² W. Kot, *Kloaka klasy średniej*, „Newsweek Polska” 2002, nr 37, s. 114. Zob. też np. *ibidem*, 2005, nr 40, s. 114; nr 41, s. [121]; nr 39, s. 112.

¹³³ M. Cieślik, *Profesor Eco i pan Umberto*, „Newsweek Polska” 2005, nr 40, s. 112.

Wiele rozdziałów zbudowanych jest w podobny, przypominający afektywne wyładowanie sposób¹³⁴.

Również *Młyn w piekarni* nie znalazł uznania w oczach recenzenta periodyku. Czytelnik mógł się dowiedzieć, że

na blisko 400 stronicach książki [...] Jarosław Abramow-Newerly spisał codzienność polskich emigrantów, zarabiających na chleb w piekarni w Toronto. Zbędny wysiłek. Po pierwsze, przyjemniej czytałoby się powieść o połowę krótszą, zamiast brnąć przez fabułę, która wlecze się z odcinka na odcinek jak „Matysiakowie”. Po drugie, czy zbiorowy bohater książki, czyli emigracja, naprawdę wart jest powieści?¹³⁵

Nieco delikatniejsza krytyka dotyczyła z kolei *Wychowania dziewcząt w Czechach*, książki Michała Viewegha, który zdaniem M. Cieślika, jest czeskim „wcieleniem Jerzego Pilcha. Pisze z podobnym wdziękiem, tyle że ma zdecydowanie mniej do powiedzenia. [...] Czyta się z przyjemnością [...], ale i szybko się zapomina”¹³⁶. R. Ziębiński nie obawiał się z kolei skrytykować znanego pisarza, U. Eco, przyznając, że bajki pióra autora *Pięciu pism moralnych* rozczarowują: „to naprędce sklecone, banalne historyjki, które sprawiają wrażenie niezamierzonej parodii >Małego księcia<. Wybitny humanista bez krzty wdzięku wykłada łopatologicznie, że warto być dobrym”¹³⁷. Niekiedy pojawiały się komentarze, w których nie brakowało zarówno krytyki, jak i pochwały. Oto jeden z przykładów:

Najnowsza powieść autora „Trylogii nowojorskiej” nie zachwyca. Można darować pisarzowi, że się powtarza, ale nie można przemilczeć skutków przyjętej przez niego metody recyklingu. Mówiąc najdelikatniej, „Szaleństwa Brooklynu” to utwór nieco bałaganiarski, niezbyt spójny, miejscami kapryśny. [...] Nie znaczy to jednak, że zsyte z dość przypadkowych kawałków „Szaleństwa Brooklynu” to zła książka. Gdzie tam! Paul Auster osiągnął taką biegłość w pisarskim rzemiośle, że nawet kiedy publikuje powieść, która niczego w obrazie jego twórczości nie zmienia, nie czujemy się nabrani. Może odrobinę zawiedzeni, ale to przecież nie to samo¹³⁸.

W kilku przypadkach recenzowano książki, które w tym samym, we wcześniejszych lub w następnych numerach pisma były reklamowane. Niekiedy recenzja pojawiała się tuż obok reklamy tytułu, co wyraźnie osłabiało wymowę oceny recenzenta. I tak na przykład, reklama nowej książki Witolda Horwatha, zawierająca obszerny fragment powieści, znalazła

¹³⁴ Sz. Hołownia, *Skandalista Goldhagen*, „Newsweek Polska” 2002, nr 42, s. 88.

¹³⁵ W. Kot, *Kanadyjski margines*, „Newsweek Polska” 2002, nr 31, s. 100.

¹³⁶ M. Cieślik, *Czeski pop*, „Newsweek Polska” 2005, nr 50, s. 112.

¹³⁷ R. Ziębiński, *Nie tylko dla dzieci*, „Newsweek Polska” 2005, nr 50, s. 112.

¹³⁸ D. Nowacki, *Woody Allen literatury*, „Newsweek Polska” 2005, nr 45, s. 116.

się pod jej omówieniem¹³⁹. Niekiedy recenzowano książkę autora, o którym pisano kilka stron wcześniej¹⁴⁰.

Bez wątpienia mocną stroną recenzji zamieszczanych na łamach tygodnika były ich tytuły. Oto kilka wybranych przykładów¹⁴¹: *Bolesna rozkosz kpiny*, *Co się dzieje, kiedy kobiety czytają Biblię*, *Cywilizacja prowizorki*, *Diagnostyka uczuć*, *Dobra wiadomość*, *Drzazga buntu*, *Dyktatura własnego lęku*, *Honor czy ojczyzna?*, *Kpiący uśmiech mistrza*, *Kuglarz literatury*, *Mistrzowie ducha*, *Nieznosny ciężar myślenia*, *Poezja serca*, *Rubikon egzystencji*, *Rury i dusza*, *Struktura cudu*, *Sztuka perfidii*, *To życie dzieje się naprawdę*, *Woody Allen literatury*, *Życie tryb warunkowy*.

2.4.3.2. *Tajny przepis na sukces*¹⁴²: wywiady

Na łamach „Newsweek Polska” znalazło się niewiele wywiadów przeprowadzonych z osobami bezpośrednio lub pośrednio związanymi z literaturą. W ciągu badanego okresu było ich zaledwie 26, i tylko w 8 przypadkach były to rozmowy z pisarzami. Wśród nich znaleźli się: Norman Davies (dwukrotnie), Janusz Głowacki, John Irving, Norman Mailer, Aaron Hotchner, Michael Ridpath, Zadie Smith (zob. Aneks 22. Nazwiska osób, związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005). Jak twierdzi W. Kot, niewielka liczba wywiadów z autorami wynikała z faktu

pojawiania się niewielu wybitnych, dyskusyjnych i głośnych książek polskich w skali roku. Poza tym, jeżeli mieliśmy do czynienia z wybitnym dziełem na przykład poetyckim czy eseistycznym, wychodziliśmy z założenia, że nasz przeciętny czytelnik i tak po nie nie sięgnie. Jest bowiem zainteresowany raczej kulturowym mainstreamem. Na wywiad nadawał się ktoś, czyja twórczość i osobowość wykraczałyby poza literaturę. Poza tym ten ktoś musiałby mieć coś do powiedzenia np. o sprawach społecznych czy politycznych, a takich autorów nie było wielu. Sam starałem się o pozyskanie T. Konwickiego i J. Głowackiego na stałych felietonistów pisma. Obaj jednak odmówili¹⁴³.

¹³⁹ „Newsweek Polska” 2005, nr 47, s. [111].

¹⁴⁰ Zob. np. „Newsweek Polska” 2005, nr 16, s. 106–110. Recenzja dotyczyła książki Zb. Mentla: *Wszystkie języki świata* (Znak 2005): P. Bratkowski, *Wszystkie języki świata*, „Newsweek Polska” 2005, nr 16, s. 110. Sylwetkę pisarza przedstawiła na s. 106–109 M. Łukaszewicz w tekście *Literacki spekulant*.

¹⁴¹ Kolejno: „Newsweek Polska” 2003, nr 30, s. 97; 2004, nr 1, s. [94]–96; 2002, nr 25, s. 106; 2001, nr 13, s. 122; 2005, nr 5, s. 112; 2003, nr 26, s. 106; nr 49, s. 111; 2005, nr 44, s. [107]; 2002, nr 43, s. 110; nr 4, s. 103; 2003, nr 2, s. 110; 2004, nr 44, s. 110; 2001, nr 11, s. 108; 2002, nr 2, s. 108; nr 7, s. 109; 2003, nr 37, s. 104; 2002, nr 14, s. 108; 2005, nr 36, s. 98; nr 45, s. 116; nr 46, s. 104.

¹⁴² „Newsweek Polska” 2003, nr 46, s. 6. Tytuł wywiadu z A. E. Hotchnerem, pisarzem i P. Newmanem, aktorem.

¹⁴³ Informacje uzyskane dzięki korespondencji z W. Kotem.

W tabeli 31 zaprezentowano liczbę wywiadów w poszczególnych latach.

Tabela 31. Wywiady zamieszczane na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	1
2002	4
2003	4
2004	12
2005	5
Ogółem	26

Źródło: badania własne.

W 13 przypadkach rozmowy pojawiły się w dziale *Kultura*, w pozostałych czytelnik odnalazł je w ramach informacji z Polski i ze świata, a także związanych z biznesem i nauką. Objętość wywiadów wahała się od pół do czterech stron. Nie wyróżniały się one jednak niczym szczególnym, można nawet stwierdzić, że w porównaniu z podobnymi formami promocji literatury zamieszczanymi na łamach tygodników „Polityka” i „Wprost” były ubogie w elementy dodatkowe. Jedynie, kiedy rozmawiano z N. Daviesem, głównie zresztą o sprawach związanych z polityką zagraniczną, w periodyku pod wydrukowaną rozmową znalazł się moduł z okładkami siedmiu książek tego eseisty i historyka, uzupełnionymi krótkimi adnotacjami i podstawowymi informacjami bibliograficznymi. W pozostałych przypadkach ograniczono się do zdjęcia rozmówcy i tylko kilkakrotnie do podania krótkich informacji o nim. Interesujący wywiad przeprowadzono z J. Irvingiem; rozmowa niemal w całości poświęcona była nowej książce autora *Regulaminu tłoczni win*. Nowy tytuł, *Zanim cię znajdę*, miał ukazać się na polskim rynku wydawniczym za kilka miesięcy. J. Irving uchylił rąbka tajemnicy, dotyczącej fabuły powieści, podkreślając jednocześnie, że jest powieściopisarzem komicznym¹⁴⁴. Trzykrotnie wywiad pojawiał się obok recenzji książki, której autorem był rozmówca, co, jak twierdzi W. Kot, było

formą poszerzania publikacji na temat książki. Redakcja oceniała dzieło, a pisarz komentował je ze swej strony. Była to forma uhonorowania książki. Redakcja uznawała, że jest ona na tyle doniosła, że warto przy tej okazji dopytać autora. Był to zabieg zarezerwowany dla wydarzeń czytelnicznych najwyższej rangi¹⁴⁵.

¹⁴⁴ Rozm. M. Jones, *Chłopięcy świat*, „Newsweek Polska” 2005, nr 29, s. 88–[89].

¹⁴⁵ Informacje uzyskane dzięki korespondencji z W. Kotem.

2.4.3.3. Czas na dobrą książkę¹⁴⁶: reklamy książek

W 221 numerach pisma pojawiły się 1192 reklamy, które odpowiadały tematowi pracy. Wśród nich można wyróżnić następujące grupy:

1) książki (także m.in. albumy, atlasy, encyklopedie, słowniki, podręczniki, poradniki, przewodniki),

2) akcje periodyku związane z książką (konkursy, targi, spotkania)¹⁴⁷,

3) prasa, w tym autoreklama „Newsweek Polska”¹⁴⁸.

Ogłoszenia, bezpośrednio związane z książką, stanowiły niewielką część wszystkich reklam: tego typu anonsów było zaledwie 187, w tym zachęcających do kupna albumów pojawiło się 6, tyle samo było ogłoszeń promujących podręczniki. Encyklopedie reklamowano siedmiokrotnie, z kolei różnego rodzaju przewodniki stały się 25 razy przedmiotem reklam, słowniki czterokrotnie, tyleż samo razy komiksy, a multimedialne translatory tylko dwukrotnie, podobnie jak atlasy. Tylko raz proponowano w ten sposób poradnik i trzy razy katalogi. *Panorama firm* reklamowana była przez wydawcę czterokrotnie. W tabeli 32 zaprezentowano liczbę ogłoszeń wydawniczych w poszczególnych latach.

Tabela 32. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Rok	Liczba reklam w sumie
2001	9
2002	23
2003	16
2004	44
2005	96
Ogółem	187

Źródło: badania własne.

Zwraca uwagę niewielka liczba ogłoszeń w roku 2001. Nawet jeśli weźmie się pod uwagę fakt, że ukazało się wówczas zaledwie 16 numerów periodyku, to okazuje się, że średnio w 7 z nich zabrakło takiej formy promocji książki. Dwa następne lata również nie są zbyt optymistyczne pod tym względem: do czytelników trafiało wiele numerów pozbawionych reklam wydawniczych. W ostatnich dwóch analizowanych rocznikach sytuacja pod tym względem wyglądała nieco lepiej, chociaż warto zaznaczyć, że w porów-

¹⁴⁶ Hasło reklamowe w jednym z anonsów. Zob. „Newsweek Polska” 2005, nr 23, s. [105].

¹⁴⁷ Ta grupa informacji, ze względu na swoją dwojaką postać (reklama i komentarz tekstowy) zostanie przedstawiona w dalszej części rozdziału (zob. inne formy informacji o książce).

¹⁴⁸ Zagadnienie dotyczące informacji o prasie na łamach prezentowanego pisma zostanie dokładniej omówione w ostatniej części rozdziału.

naniu z analogicznymi danymi w przypadku dwóch wcześniej przedstawionych pism, prezentowała się skromnie. Jak stwierdził W. Kot,

reklamy były dla wydawnictw za drogie i z kalkulacji wynikało, że nie przyniosą spodziewanego zainteresowania i zysków. Mogli sobie na nie pozwolić potentaci wydawniczy mający w dodatku do zaoferowania „pewny” tytuł. Ale to były albo bardzo rzadkie przypadki, albo nie było ich wcale¹⁴⁹.

Inseraty drukowane były w całym piśmie, chociaż większość z nich znalazła się na stronach działu *Kultura*. Jak już wspomniano, niejednokrotnie pojawiały się one przy recenzjach książek lub przy okazji wywiadu z pisarzem. Warto również zaznaczyć, że wiele reklamowanych tytułów było wydanych przez Axel Springer Polska w ramach serii *Literatura w spódnicy*. Nierzadko były to także tytuły, nad którymi wydawca lub tygodnik obejmował patronat medialny. Z drugiej strony, pomimo że chętnie omawiano książki współpracowników pisma, to jednak brakowało reklam tych tytułów.

Przez pięć lat do czytelników „Newsweek Polska” dotarła w ten sposób informacja o zaledwie 88 tytułach 39 autorów¹⁵⁰, w tym 19 pisarzy polskich i 20 obcych (Aneks 23. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005). W tabeli 33 przedstawiono nazwiska tych twórców, którzy najczęściej pojawiali się w reklamach.

Tabela 33. Autorzy, których książki reklamowano najczęściej na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Nazwisko autora	Liczba inseratów	Liczba tytułów	Tytuły reklamowanych książek
Helen Fielding	6	2	<i>Dziennik Bridget Jones</i> <i>W pogoni za rozumem</i>
Jan Gawroński	6	1	<i>Kolacja z Janem Pawłem II</i>
Maria Nurowska	6	3	<i>Imię twoje...</i> <i>Powrót do Lwowa</i> <i>Rosyjski kochanek</i>
Nicola Kraus	5	1	<i>Niania w Nowym Jorku</i>
Tony Parsons	5	2	<i>Mężczyzna i chłopiec</i> <i>Mężczyzna i żona</i>
Fannie Flagg	4	1	<i>Smażone, zielone pomidory</i>
Jane Green	4	1	<i>Prosto z mostu</i>
Lisa Jewell	4	2	<i>Impreza u Ralphi</i> <i>Trzydziestka na karku</i>
Richard Picciotto	4	1	<i>Ostatni z żywych</i>
Janusz L. Wiśniewski	4	1	<i>S@motność w Sieci</i>

Źródło: badania własne.

¹⁴⁹ Informacje uzyskane dzięki korespondencji z W. Kotem.

¹⁵⁰ W ośmiu przypadkach nie podano nazwiska autora reklamowanej książki.

Ta zadziwiająca lista nazwisk wynika z faktu, że większość reklam odnosiła się do książek, wydanych przez Axel Springer w ramach wspomnianej wcześniej kolekcji, na którą składała się literatura popularna, adresowana do kobiet. Aż 8 z 10 nazwisk to autorzy książek wchodzących w skład tejże kolekcji. Nazwa koncernu pojawiła się w ogłoszeniach 55 razy. Poza nim tylko 13 edytorów skorzystało z możliwości reklamy swej oferty na łamach tygodnika. Ich pełne zestawienie zaprezentowano w tabeli 34 (także zob. Aneks 24. Wydawcy, którzy zamieścili swe anonse na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005).

Tabela 34. Wydawcy najczęściej zamieszczający inseraty na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba anonsów
Wydawnictwo Pascal	20
Świat Książki	11
ECTACO Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	8
Wydawnictwo W.A.B.	7
Wydawnictwo Szkolne PWN	6
Polska Agencja Informacyjna S.A. Wydawnictwo Naukowe PWN	4
PWE	3
INFOR	2
ProDoKs	1
Cross Media	
Wydawnictwo Universitas	

Źródło: badania własne.

W powyższym zestawieniu brakuje kilku największych czy najbardziej popularnych wydawców tego okresu. Dom Wydawniczy Bellona, Wydawnictwo Prószyński i S-ka, WSiP nie były zainteresowane zamieszczeniem reklamy na łamach tego periodyku.



Ci, którzy z takiej możliwości skorzystali, prezentowali swą ofertę zazwyczaj w formie niewielkich modułów, drukowanych u dołu strony, na całej jej szerokości lub też w postaci kolumny, przeważnie zamieszczonej z prawej strony. W 31 przypadkach były to całostronicowe reklamy, za każdym jednak razem czytelnik zachęcany był w ten sposób do kupna książki przez wydawcę „Newsweek Polska”. Porównując analogiczne zestawienie w odniesieniu do recenzji, można zauważyć, że tylko dwa wydawnictwa powtórzyły się: były to Świat Książki i W.A.B.

Anonse wydawnicze pod względem graficznym nie były szczególnie atrakcyjne. Większość z nich miała skromną formę i zawierała niewiele elementów, chociaż przeważnie były one kolorowe. W wielu inseratach pojawiały się informacje o jednym tytule, niekiedy, szczególnie w odniesieniu do wspomnianej *Literatury w spódnicy* oraz oferty podręczników, znajdowały się w nich dane o kilku książkach.

Interesującym pomysłem Wydawnictwa W.A.B. było zamieszczenie w anonsie fragmentu reklamowanej lektury. Tak było na przykład w przypadku książki Marka Krajewskiego *Widma w mieście Breslau*¹⁵¹ i Marcina Wolskiego *Miejsce dla dwojga*¹⁵². Zazwyczaj w inseratach pojawiała się kopia okładki reklamowanej książki, hasło reklamowe odnoszące się przeważnie do podkreślenia waloru nowości proponowanego tytułu, podania patronów medialnych i nazwy wydawcy, czasem zdjęcie autora. Obok i poniżej przedstawiono przykładowe ogłoszenia zawierające wszystkie te elementy (zdjęcia 56–59).

◁ Zdjęcie 56. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2004, nr 5, s. 7

¹⁵¹ „Newsweek Polska” 2005, nr 35, s. [103].

¹⁵² „Newsweek Polska” 2005, nr 23, s. [105].

Nieodłącznym elementem każdego z przywołanych ogłoszeń była kopia okładki proponowanej książki, w rozmaity sposób eksponowana. Dodatkowo wzrok czytelnika przykuwała dobrze dobrana kolorystyka. Dwa pierwsze inseraty zawierały mało informacji, w dwóch następnych reklamodawca podkreślał walory polecanych tytułów, przy czym wartość „światowego bestsellera” opowiadającego o „dramacie, który rozegrał się na Antarktydzie” podnosił fakt, że była to historia prawdziwa.



Zdjęcie 57. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2005, nr 46, s. [69]



Zdjęcie 58. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2002, nr 2, s. 7



Zdjęcie 59. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2003, nr 37, s. [40]

Ciekawie wyglądała również reklama książki *ABC dziennikarstwa*, wydanej przez Axel Springer Polska. W tym przypadku czytelnik od razu zwracał uwagę na znane sobie twarze dziennikarzy, m.in. T. Lisa – zdjęcie 60.



Zdjęcie 60. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2002, nr 51-52, s. [175]

W przypadku tego ogłoszenia elementem zwracającym uwagę odbiorcy miało być zapewne zdjęcie trzech dziennikarzy, których nazwiska znane były szerszej publiczności. Ich popularność miała w tym przypadku zagwarantować zainteresowanie czytelnika.

Podobnie, jak było to w przypadku dwóch wcześniej przedstawionych tygodników, tak i na łamach „Newsweek Polska” pojawiła się reklama Wydawnictwa Naukowego PWN, i tak jak czytelnicy dwóch konkurencyjnych tytułów, tak i odbiorcy omawianego tygodnika mogli podziwiać wyróżniającą się grafikę całostronicowego ogłoszenia tego edytora, choć zamieszczono je zaledwie dwukrotnie.

Zarówno w przypadku *Słownika...*, jak i *Encyklopedii...* wydawca podkreślał ich zalety; pomysłowe były również hasła reklamowe, które pojawiły się w obydwu przypadkach – zdjęcie 61 i 62.

Warto także przywołać najczęściej pojawiający się anons, autoreklamę wydawcy, przypominającego czytelnikom o proponowanej kolekcji – zdjęcie 63.



Zdjęcie 61. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2003, nr 16, s. [69]



Zdjęcie 62. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2004, nr 19, s. [99]



Zdjęcie 63. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2005, nr 28, s. [89]

W reklamie tego cyklu zmieniały się jedynie tytuły, zaś pozostałe elementy za każdym niemal razem były takie same, dzięki czemu zakodowały się w umyśle odbiorcy, który sprawdzał jedynie, jaki kolejny tytuł został wydany w ramach znanej mu już serii.

W kontekście tematyki podejmowanej w pracy warto zaznaczyć, że poza książkami reklamowano również konkursy oraz akcje, których organizatorem był „Newsweek Polska”. Jako że miały one postać zarówno reklam, jak i tekstów opisowych, zostaną omówione w zamieszczonym poniżej podrozdziale.

Warto w tym miejscu wspomnieć o listach bestsellerów, drukowanych w periodyku. W badanym okresie pojawiły się one na łamach pisma 135 razy. Jak już wcześniej wspomniano, po raz pierwszy czytelnik odnalazł je w numerze 37 (2002), na stronach *Jupitera*¹⁵³. Początkowo ta forma informacji o książce pojawiała się niesystematycznie. Pierwsze zestawienia nie są jednoznacznie określane jako typowe listy bestsellerów i tylko w niewielkim stopniu je przypominają. Ową niejednoznaczność podkreślał jeszcze

¹⁵³ W większości przypadków zestawienia te drukowano w tym miejscu periodyku, chociaż zdarzały się wyjątki, np. w numerze 51/51 (2003) czytelnik odnalazł je w ramach innej rubryki: *Peryskop*, na początku numeru.

brak źródła, na podstawie którego były one przygotowane, jak również brak kryterium, według którego je wybierano. Kilkakrotnie zmieniały swą formę oraz tytuł, z czasem nie budzący już wątpliwości co do swego charakteru. I tak, *Hity września*¹⁵⁴ zawierały pięć tytułów wraz z podstawowymi danymi bibliograficznymi, krótkimi adnotacjami treściowymi i kopiami okładek wybranych książek. Zbliżoną do nich formułę zachowały trzy kolejne zestawienia (*Lektury na październik*¹⁵⁵, *Książki w styczniu*¹⁵⁶ oraz *Książki w zimie*¹⁵⁷). Ale już następne (*Książki. Ranking*¹⁵⁸), które wydrukowano dopiero w numerze 11 (2003), zmieniło swą postać. Podzielone było na *Literaturę obcą* i *Literaturę polską*, w ramach których pojawiło się po pięć propozycji, a u dołu podano źródło, na podstawie którego zestawienie zostało przygotowane (sieć księgarni Matras) – zdjęcie 64 i 65.



Zdjęcie 64. *Hity września* na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2002, nr 37, s. 118

¹⁵⁴ *Hity września*, „Newsweek Polska” 2002, nr 37, s. 118.

¹⁵⁵ *Lektury na październik*, „Newsweek Polska” 2002, nr 41, s. 110.

¹⁵⁶ *Książki w styczniu*, „Newsweek Polska” 2003, nr 4, s. 110.

¹⁵⁷ *Książki w zimie*, „Newsweek Polska” 2003, nr 8, s. [110].

¹⁵⁸ *Książki. Ranking*, „Newsweek Polska” 2003, nr 11, s. 103.

LITERATURA OBCA	
1	Moooolgi wagiły, Eva Erskler, wydawnictwo W.A.B. / Albatros, cena 26 zł
2	Kwiat pustyni, Waris Dirie, Świat Książki, cena 69 zł
3	Demoni i panna Prym, Pasia Cochin, Drzewo Babel, cena 29 zł
4	Córka Nomadów, Waris Dirie, wyd. Fakty, cena 25 zł
5	Asteczka, Bolesław Hralak, wydawnictwo Znak, cena 22 zł
LITERATURA POLSKA	
1	Wojna polsko-raska pod flagą biało-czerwoną, Dorota Mastowska, wyd. Lampy i Inkrę Boga, cena 27 zł
2	Humor w genach, Hanna Zborowska z Kobuszewskich, wyd. Kowalska/Siastny cc, cena 49 zł
3	Księga dobrych życzeń, Beata Pawlikowska razem ze słuchaczami Radia Zet, wyd. Wiedza i Życie, cena 32 zł
4	Ono, Dorota Terakowska, Wydawnictwo Literackie, cena 20 zł
5	Złoty pelikan, Stefan Chwin, wydawnictwo Tytuł, cena 39 zł

Zdjęcie 65. *Książki. Ranking na łamach „Newsweek Polska”*
 „Newsweek Polska” 2003, nr 11, s. 103

Pod względem graficznym zestawienia te prezentowały się korzystnie, poszczególne elementy były od siebie wyraźnie oddzielone, dzięki czemu całość przekazu była czytelna. Pierwsza propozycja była z pewnością bardziej interesująca, ze względu na zamieszczenie przy każdej z pozycji krótkiej adnotacji treściowej oraz kopii okładek proponowanych książek. Natomiast wprowadzone zmiany przyniosły zmniejszenie informacji: ograniczono się do podawania danych bibliograficznych związanych z każdym tytułem i dwóch krótkich wzmianek dotyczących wybranych lektur.

W numerze 20 (2003) powrócono do poprzedniej formy, prezentując *Komiks. Wiosenne hity*, ale od numeru 22 (2003) ponownie ta forma informacji o książce uległa zmianie. Zatytułowano ją *Ranking Newsweeka. Hity tygodnia*. W trzech kolumnach (*Książki, Muzyka, Kino*) prezentowano 10 propozycji, opracowanych tym razem na podstawie danych uzyskanych od firmy ES-MEDIA (informacje o filmach) oraz sieci EMPiK (dane dotyczące płyt z muzyką oraz książek). W kolejnym zestawieniu dodano również oznaczenie, określające, czy dana propozycja jest nowością oraz czy zmieniła swoje miejsce w rankingu. Taką formę *Ranking* zachował do numeru 50 (2004), zmieniając jedynie niekiedy kolejność nagłówek poszczególnych kolumn. W 2005 r. w numerze 4 zamieszczono zestawienie w skromniejszej

RANKING NEWSWEEKA
HITY TYGODNIA

All hity promocyjnie wyprzedzone w naszym zestawieniu – w tym najwyższe przebiegi
Dajana (miejscze 2.) i Nefelocypione (miejsce 5. w kategorii).

KSIĄZKI	MUZYKA	RYTM
<p>1. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) Kolejny sukces powieści amerykańskiej literatki przejęła, jak to miały miejsce w przypadku Agathe Christie i Rosalind Wiseman. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>2. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>3. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>4. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>5. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>6. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>7. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>8. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>9. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>10. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p>	<p>1. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>2. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>3. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>4. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>5. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>6. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>7. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>8. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>9. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>10. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p>	<p>1. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>2. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>3. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>4. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>5. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>6. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>7. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>8. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>9. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p> <p>10. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł) 18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)</p>

SEATA
KUZZOŁAS
przebiegi
na miesiąc 2.1

FILMY

1. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

2. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

3. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

4. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

5. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

6. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

7. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

8. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

9. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

10. Dajana (Polska, wyd. Mag, 32 zł)
18 tygodni w rankingu. (Lata 21, 22 zł)

HITY NEWSWEEKA



NOWOŚĆ TYGODNIA

Na rynku pojawiła się nowa powieść fantasy „Eragon” (wyd. Mag, 32 zł). W Starożytności historia o chłopcu oraz smoku napisana przez 15-letniego Christophera Paoliniego (długo ekwypowała listę bestsellerów „New York Timesa”, Prawa do ekranizacji kapła studio Fox 2000, a autor – dzisiaj) 21-latek – pisał już ciąg dalszy.

PLYTY

- The Best Smooth Jazz... Ever!** (Polska, 49,99 zł)
- Poszytywa wibracje Box** (Universal, 139,99 zł)
- Makowicz vs. Modrzyk at the Carnegie Hall** (Polska, 39,99 zł)

KSIĄZKI

- Kod Leonarda da Vinci**, Dan Brown (Albatros/Gosia Draga, 33,99 zł)
- Samoizolacja metoda D.S.M.**, Piotr Lewandowski (Antes, 13,95 zł)
- Awicenna, Nałęcz i ostatnie rozważanie**, Laurence Rios (Przytyki i S-ka, 36 zł)

FILMY

- Ocean's Twelve. Dopywka**, reż. Steven Soderbergh, USA 2004
- Aleksander**, reż. Oliver Stone, USA 2004
- Upiór w operze**, reż. Joel Schumacher, USA, Wielka Brytania 2004

maros **KUZZOŁAS** **GAZPICK**

Ranking hitów tygodnia według magazynu HITY NEWSWEEKA. Wyniki z 2005, nr 4, s. 107.

Zdjęcie 66. Ranking Newsweeka „Newsweek Polska” 2003, nr 37, s. 110

Zdjęcie 67. Hity Newsweeka „Newsweek Polska” 2005, nr 4, s. 107

wersji. Przypomnijmy, w tymże numerze po raz pierwszy pojawiła się też zmieniona formuła dotychczasowej rubryki, teraz rozpoznawalna jako *Na Afiszu Tygodniowy raport...* W jego ramach czytelnik mógł obejrzeć *Hity Newsweeka* w postaci jednej kolumny, rozpoczynającej się od *Nowości, Spadku* bądź *Skoku tygodnia*. Drukowano tu trzy pozycje, odnoszące się do *Płyt, Książek* i *Filmów*. Obydwie formy zaprezentowano na zdjęciu 66 i 67.

Jakkolwiek źródło informacji pozostawało niezmiennie, prezentacja samego zestawienia została zmodyfikowana. Najważniejszą zmianą było zgromadzenie w jednym wykazie informacji o „hitach” muzycznych, filmowych i książkowych. Poza pierwszym miejscem w każdej z kategorii, ograniczano się w przypadku pozostałych do jednozdaniowych informacji o charakterze bądź oceniających bądź też związanych z treścią, charakterem książki/przeboju muzycznego/filmu. W efekcie kolejnej modyfikacji do czytelnika trafiało skrócone zestawienie o charakterze czysto informacyjnym, pozbawione choćby krótkiej wzmianki odnoszącej się do treści czy oceny przedstawianych tytułów. Kolejną zmianę obrazuje zdjęcie 68.



Zdjęcie 68. Ranking bestsellerów „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2005, nr 38, s. 119

Od numeru 37 (2005) po raz kolejny zmieniono formę zestawienia, powracając w pewnym stopniu do wersji wcześniejszej, bardziej rozbudowanej. Tym razem czytelnik miał do dyspozycji cztery kolumny (*Film, Książki, CD, DVD*), zawierające po 10 pozycji każda (zdzjęcie 68).

Ranking zachował tę formę, tylko nieznacznie zmienioną, aż do numeru 50 (2005). Pozostawiono wspólne dla, tym razem już czterech kategorii, zestawienie, uzupełniając je jednak ponownie jednozdaniowymi informacjami oceniającymi lub dotyczącymi treści.

Należy zaznaczyć, że w kilku numerach pojawiły się zamiennie lub równolegle dwie formy omawianych zestawień: ta, która jako pierwsza gościła na łamach pisma, oraz jej późniejsza postać.

2.4.3.4. *Arcydziała idą w hurcie*¹⁵⁹: inne formy informacji o książce

Poza podstawowymi formami informacji o książkach, czyli recenzją i reklamą wydawniczą, na łamach tygodnika, podobnie jak w przypadku dwóch wcześniej przedstawionych periodyków, pojawiały się także inne jej postaci¹⁶⁰:

- portrety, w tym wspomnienia (40);
- artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego (169);
- ekranizacje, adaptacje i inscenizacje znanych dzieł (162);
- listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej książką (23);
- konkursy i akcje, organizowane przez „Newsweek Polska” (92)¹⁶¹;
- inne¹⁶² (174).

W sumie na łamach pisma w badanym okresie znalazło się **660** tego typu informacji. Najobszerniejsza pod względem liczby tekstów i, jak się zdaje, najbardziej interesująca była grupa publikacji związanych z literaturą, książką i rynkiem wydawniczo-księgarskim. Równocześnie zwraca uwagę szczególnie niewielka (w porównaniu z poprzednimi pismami)

¹⁵⁹ Tytuł artykułu, poświęconego rynkowi wydawniczo-księgarskiemu. Zob. „Newsweek Polska” 2002, nr 24, s. 104–[105].

¹⁶⁰ Pominięto w tym miejscu listy bestsellerów, wymienione w tabeli 26, jako że ta kategoria została już wcześniej omówiona.

¹⁶¹ W tym przypadku dane w nawiasie oznaczają liczbę informacji związanych z tą kategorią, niezależnie od tego, czy była ona powtarzana; uwaga ta odnosi się szczególnie do wzmianek przypominających o konkursach lub akcjach organizowanych przez tygodnik.

¹⁶² W tej kategorii uwzględniono, podobnie jak w przypadku dwóch wcześniej przedstawionych periodyków, informacje, zazwyczaj w postaci krótkich notek, donoszących o ludziach i wydarzeniach związanych bezpośrednio lub pośrednio z książką.

liczba informacji mieszczących się w kategorii Inne. Wynika to w dużej mierze z faktu, że większość wzmianek, zawartych w ramach wspomnianego wcześniej *Jupitera*, odnosiła się w niewielkim tylko stopniu do informacji o książce w innej formie niż recenzja. Zaproszeń na spotkania z pisarzami, informacji o ich jubileuszach, nagrodach itd., było w tym miejscu, jedynym przeznaczonym przez redakcję na tego typu informacje, bardzo mało.

Podobnie skromną grupę stanowią teksty, poświęcone ludziom związanym ze światem książki.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że w porównaniu z wcześniej omówionymi tygodnikami na łamach „Newsweek Polska” znalazło się dużo tekstów, w których książka pojawiała się niejako „przy okazji”. Na przykład, pisząc o tym, jak ludzie poradzili sobie z traumatycznymi przeżyciami, proponowano jednocześnie czytelnikom kilka lektur, „które pomogą życie uczynić mądrzejszym i szczęśliwszym”¹⁶³, opisując problem nieśmiałości, polecano lektury, które pomogą ludziom wstydliwym uporać się z takim problemem¹⁶⁴. W takich przypadkach, poza podaniem potrzebnych do zidentyfikowania tytułu danych bibliograficznych, zazwyczaj zamieszczano obok nich i obok kopii okładki zalecanej książki krótką adnotację treściową.

Wszystkie te teksty, informacje oraz wzmianki, miały rozmaity charakter, formę i objętość. Wybrane przykłady, opisane poniżej, są reprezentatywne dla każdej z wymienionych kategorii.

2.4.3.4.1. *Mgnienie wieczności*¹⁶⁵: sylwetki/portrety

W ciągu niespełna 5 lat tego typu tekstów zamieszczono w piśmie 40. W jednym z pierwszych numerów tygodnika ukazała się interesująca, a jednocześnie refleksyjna publikacja opowiadająca m.in. o barwnym życiu Sat Okh, Indianinie mieszkającym od ponad 50 lat w Polsce i piszącym książki o Indianach¹⁶⁶. Tylko ten jeden raz czytelnicy pisma mieli okazję przeczytać o losach tak egzotycznego bohatera. W większości przypadków były to tradycyjne w swej formie portrety głównie żyjących pisarzy lub osób pośrednio związanych z książką. Trzykrotnie pojawił się tekst wspomnieniowy związany z odejściem, kolejno: Jacka Kaczmarskiego, Czesława Miłozza, Jana Nowaka-Jeziorańskiego.

W trzech przypadkach otrzymanie najbardziej prestiżowej nagrody literackiej, jaką jest Nagroda Literacka Nobla, było pretekstem do napisania

¹⁶³ J. Kurzępa, *Vademecum dolinarza*, „Newsweek Polska” 2003, nr 16, s. 32, 34.

¹⁶⁴ K. Romanowska, *Odwaga na receptę*, „Newsweek Polska” 2003, nr 40, s. [74]–80.

¹⁶⁵ Tytuł tekstu poświęconego Cz. Miłozzowi. Zob. „Newsweek Polska” 2002, nr 5, s. 100–101.

¹⁶⁶ J. Mielnik, *Indiański biznes w Polsce*, „Newsweek Polska” 2001, nr 4, s. 88.

tekstu o jej laureatach. Poza standardową w takiej sytuacji charakterystyką pisarza i jego twórczości, redakcja wyrażała swoją opinię na temat słuszności przyznania nagrody temu akurat kandydatowi. W 2003 r. W. Kot stwierdził, że „świetnie się złożyło, że Coetzee dostał Nobla, bo wreszcie przestanie być przegapiany”¹⁶⁷, uzasadniając szczegółowo swój pogląd i przywołując książki autora *Mistrza z Petersburga*, wydane w Polsce. Dwa lata później, w 2005 r., pisano o twórczości ówczesnego laureata, Harolda Pintera:

jest tym dramatopisarzem, który wraz z Beckettem, Ionesco i Gonetem zrewolucjonizował teatr drugiej połowy XX wieku. To klasyk nowoczesności, którego twórczość przywodzi na myśl Czechowa i Kafkę. Można oczywiście nie zgadzać się z Haroldem Pinterem, jednak za wierność swoim poglądom i odwagę należy mu się szacunek. [...] Trzeba powiedzieć, że tegoroczna decyzja noblowskiego komitetu, choć niespodziewana, jest wyjątkowo trafna¹⁶⁸.

Nieco kłopotu w ocenie decyzji szwedzkiego jury sprawiła rok wcześniej Elfriede Jelinek, o której z podobnej okazji pisał mniej więcej w tym samym czasie w tygodniku „Polityka” Jerzy Pilch. P. Bratkowski zauważał jedynie:

jeśli ktoś dotąd uważał, że literackie Nagrody Nobla przyznaje grono konserwatywnych kunktatorów starających się nikogo nie urazić, musi zmienić zdanie. Komitet noblowski, nagradzając w tym roku 58-letnią Austriaczkę Elfriede Jelinek, poszedł na całość i wykazał więcej młodzieńczej fantazji niż niejedno jury awangardowego konkursu literackiego, powstrzymując się od osobistej oceny kontrowersyjnej laureatki i jej twórczości¹⁶⁹.

P. Kępiński przybliżył czytelnikom życiorys rosyjskiego poety Jewgienija Jewtuszenki, mówiącego o sobie, że jest „pisarzem duszy”¹⁷⁰. Ciekawą formę przybrał portret R. Kapuścińskiego: tekst miał charakter nietypowego wywiadu, przy okazji zaś jego autor przedstawiał najnowszą książkę pisarza¹⁷¹. W jednym z tekstów poświęconych Cz. Miłoszowi pojawiło się kalendarium życia poety, ale dotyczące tylko lat 90. oraz jeden z jego wierszy (*Druga przestrzeń* z tomu o tym samym tytule)¹⁷².

Nie zawsze jednak były to portrety czy wspomnienia przedstawiające wybraną postać jedynie w korzystnym świetle. I tak czytelnik pisma mógł

¹⁶⁷ W. Kot, *Błyskotliwy samotnik*, „Newsweek Polska” 2003, nr 41, s. 108–[109].

¹⁶⁸ J. Majcherek, *Klub czerwonego szampana*, „Newsweek Polska” 2005, nr 42, s. 114.

¹⁶⁹ P. Bratkowski, *Nobel za kontrowersję*, „Newsweek Polska” 2004, nr 42, s. 96.

¹⁷⁰ P. Kępiński, *Jewtuszenko wiecznie żywy*, „Newsweek Polska” 2004, nr 2, s. 74.

¹⁷¹ P. Bratkowski, *Reporter czasów postmodernizmu*, „Newsweek Polska” 2003, nr 39, s. 88–89.

¹⁷² W. Kot, *Mgnienie wieczności*, „Newsweek Polska” 2002, nr 5, s. 100–101.

też przyjrzeć się kontrowersyjnym faktom z życia dwóch innych postaci: Stanisława Mackiewicza¹⁷³ i Marcela Reich-Ranickiego¹⁷⁴.

Kilkakrotną bohaterką tego typu tekstów była J. K. Rowling, systematycznie przypomiana czytelnikom pisma przy okazji pojawienia się na rynku kolejnej części cyklu o Harrym Potterze. Kwestie biograficzne dotyczące autorki stanowiły jednak w takich przypadkach niewielką część publikacji, której autor koncentrował uwagę głównie na roztrząsaniu powodów popularności jej książek.

Poza wymienionymi twórcami, bohaterami tego typu tekstów byli również m.in.: Paulo Coelho (dwukrotnie), Mieczysław Czuma, Philip K. Dick, Tadeusz Dołęga-Mostowicz, John Grisham, Józef Flawiusz, Janusz Głowacki, René Goscinny, Cezary Harasimowicz, Paweł Huelle, David Rees, Grzegorz Rosiński, Salman Rushdie (zob. Aneks 25. Sylwetki twórców przedstawionych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005). Portrety drukowano głównie w ramach *Kultury*, chociaż niekiedy odstępowano od tego zwyczaju i pojawiały się one na przykład na stronach poświęconych zagadnieniom związanym z Polską, światem i społeczeństwem. Zajmowały średnio jedną stronę, na której zamieszczano, obok tekstu, zdjęcie prezentowanego twórcy.

Warto również zaznaczyć i to, że pisarze byli wielokrotnie wspomniani przy okazji publikacji, poruszających inne zagadnienia: powoływano się na ich opinie, sądy, przedstawiano epizody z ich życia, by zilustrować poruszany w publikacji temat. Na przykład D. Romanowska, pisząc o zbadanych i nazwanych formach inteligencji, przywołała postać m.in. Simone de Beauvoir, a Violetta Ozminkowski w zabawnym artykule o współczesnych relacjach pomiędzy kobietami i mężczyznami, w kilku zdaniach opisywała m.in. J. Pilcha i J. Głowackiego. Tematem przewodnim numeru 13 (2002) było pytanie dotyczące sensu życia: w tekście zacytowano opinie m.in. Tadeusza Konwickiego i ks. Jana Twardowskiego.

O twórcach pisano także wtedy, gdy poruszano szersze zagadnienia, dotyczące kondycji współczesnej literatury zarówno polskiej, jak i obcej, a także, kiedy przedmiotem publikacji stawał się rynek wydawniczy.

¹⁷³ K. Tarka, *Powrót Cata*, „Newsweek Polska” 2004, nr 25, s. 84–86.

¹⁷⁴ G. Gnauck, *Krytyk z bezpieki*, „Newsweek Polska” 2002, nr 33, s. 32–33.

2.4.3.4.2. *Lekarstwo dla duszy*¹⁷⁵: teksty, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu

Na łamach „Newsweek Polska” ukazało się w badanym okresie 169 tego typu tekstów (zob. Aneks 26. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim zamieszczonych na łamach „Newsweeka” w latach 2001–2005). Biorąc pod uwagę ich treść oraz objętość, można wyróżnić wśród nich, podobnie jak w dwóch wcześniej omawianych przypadkach (tygodników „Polityka” i „Wprost”) następujące kategorie:

- 1) artykuły obejmujące przynajmniej stronę;
- 2) krótsze komentarze, zajmujące przeważnie ok. pół strony;
- 3) jedno- lub kilkudzaniowe wzmianki.

Zamieszczano je w całym tygodniku, poczynając od rubryki otwierającej numer (*Peryskop*), poprzez strony, na których prezentowano wydarzenia z Polski i ze świata, działy związane z nauką, biznesem i kulturą.

Jaki obraz współczesnej literatury kształtował się w umyśle odbiorcy pisma? Teksty, poświęcone interesującej nas problematyce, nie dają na to pytanie jednoznacznej odpowiedzi.

Z jednej strony czytelnik odnajdował w nich potwierdzenie pesymistycznych, a wręcz apokaliptycznych wizji, które pojawiały się w innych mediach, z drugiej zaś z wielu publikacji wyłaniał się optymistyczny wizerunek kultury, w tym książki. Przyjrzyjmy się, na podstawie najciekawszych tekstów, obydwu obrazom.

Już w 2001 r. Andrzej Rosner podkreślał, że sytuacja na polskim rynku wydawniczym przedstawia się katastrofalnie, a kryzys widoczny jest dla każdego. Prorokował, że najbliższy rok nie zapowiada się lepiej, a nawet pod wieloma względami będzie gorszy. „Staniemy przed bolesną selekcją na rynku słowa drukowanego. [...] będzie to selekcja negatywna, eliminująca tytuły wartościowe, a promująca szmirę”¹⁷⁶ – pisał m.in. Wskazał równocześnie sposoby, które miały zatrzymać ten bieg wydarzeń i skierować go na inne, korzystne tory. Zwiększenie nakładów finansowych na zakup książek dla bibliotek, wykorzystanie funduszy unijnych – to tylko niektóre pomysły, mające poprawić fatalną sytuację na rynku książki. Uprzedzając, że jest to proces długofalowy, na efekty którego trzeba czekać kilka lat, proponował skorzystać z doświadczeń Japonii, zamiast uczyć się (po raz kolejny) na własnych błędach. A błędy te doprowadziły do tego, że jak dowiadywał się czytelnik pisma, zaledwie 4% Polaków interesuje się kulturą¹⁷⁷, a 46% w ogóle nie czyta książek¹⁷⁸. Nie czyta, bo nie lubi, czy

¹⁷⁵ Napis nad wejściem do biblioteki w Tebach, za: J. Zarembina, *Leczenie powieścią*, „Newsweek Polska” 2005, nr 49, s. [71].

¹⁷⁶ A. Rosner, *Kultura na krawędzi*, „Newsweek Polska” 2001, nr 16–17, s. 194.

¹⁷⁷ „Newsweek Polska” 2002, nr 21, s. 8.

¹⁷⁸ „Newsweek Polska” 2001, nr 1, s. 8.

dlatego, że nie znajduje nic dla siebie? Pytanie nie jest bezzasadne, szczególnie w kontekście stwierdzenia Tomasza Jastruna:

szansę na sukces i karierę ma teraz dokładnie przeciętność. Przeciętność ma poparcie większości, trzeba więc tej większości dawać książki przeciętne, innych nie strawi¹⁷⁹.

Dalej ostrzegał:

Czy jednak karmiąc przeciętność, nie tworzymy przy okazji potwora, który pożre wszystko, co nieprzeciętne? Z zewsząd widać i słychać, jak publicznie i bezwstydnie głupota zjada inteligencję. Straszny to widok¹⁸⁰.

A przeciętność, jak wynikało z innego tekstu, ma dziś bardzo duże szanse na sukces: demokracja we wszystkich dziedzinach życia, w tym w kulturze, dała równość i wolność, a te spowodowały pospolitość – przynajmniej w odniesieniu do sztuki i literatury. Dziś każdy może zostać artystą, ułatwia mu to nie tylko owa równość, ale i nowoczesne technologie, media, które potrafią wykreować na bohatera zwycięzcę telewizyjnego talk-show. Nie prezentując żadnych talentów, staje się on gwiazdą kultury masowej, rozpoznawalną tak jak Czesław Miłosz czy Wisława Szymborska. „Demokracja równych szans dla wszystkich?” – pyta P. Bratkowski i odpowiada:

Wszędzie, ale przecież nie w sztuce, która przez całe wieki ludzkiej cywilizacji była sferą aktywności z samej swej natury niedemokratyczną i niesprawiedliwą, dopuszczającą nielicznych, wykluczającą większość. [...] paradoksalnie fundamentem sprawiedliwości w sztuce jest nierówność, gwarantująca zdolniejszym, bardziej pracowitym i pomysłowym wyższe miejsce w hierarchii¹⁸¹.

P. Bratkowski podkreślał, jak bardzo niezasłużona i niesprawiedliwa jest współczesna równość, która powoduje, że twory nieudolnych grafomanów funkcjonują na równych prawach z nielicznymi wytworami prawdziwej sztuki. Niesprawiedliwa, bo, jak konkludował, „niesprawiedliwe jest, gdy perły toną w śmieciach”¹⁸². Z kolei K. Śmiałkowski zadawał nostalgiczne pytanie: „Gdzie te czasy, gdy kultura była pojęciem ekskluzywnym... Dziś handluje się nią jak piwem i jogurtami – w wielopakach”¹⁸³. Nastawieni przede wszystkim na zysk wydawcy książek, płyt z muzyką i filmami proponują klientom zestawy i kolekcje, które łączy nazwisko twórcy.

¹⁷⁹ T. Jastrun, *Moc truchleje*, „Newsweek Polska” 2002, nr 10, s. 106.

¹⁸⁰ *Ibidem*, s. 106.

¹⁸¹ P. Bratkowski, *Równość, wolność, pospolitość*, „Newsweek Polska” 2003, nr 51–52, s. 162.

¹⁸² *Ibidem*, s. [165].

¹⁸³ K. Śmiałkowski, *Arcydzieła idą w hurcie*, „Newsweek Polska” 2002, nr 24, s. 104.

Oszczędni odbiorcy chętnie korzystają z takiej formy i coraz częściej je kupują. Być może jest to sposób na promocję także literatury w sytuacji, gdy na zakup ekskluzywnego wydania książki ulubionego autora niewielu dziś stać. Niestety, kolejny tekst zdawał się rozwiewać te nadzieje. Pomimo, że przecież „literatura to przyprawa życia. Można się bez niej obejść, ale to ona nadaje naszej egzystencji smak i aromat”¹⁸⁴, to jednak „coraz częściej rezygnujemy ze smaku w ogóle. [...] tak jak dawniej nie czytało [się] książek, bo [się] nie potrafiło – tak znów nie czyta [się] ich dziś, bo [się] nie musi”¹⁸⁵.

Większość potencjalnych czytelników zastąpiła lekturę telewizją, Internetem i gramami komputerowymi. Ci, którzy pozostali przy książce, oczekują od niej przede wszystkim rozrywki, w dodatku takiej, która będzie uwzględniała obejrzone przez nich wcześniej filmy i przeczytane dotąd książki, w ten sposób realizując aspiracje intelektualne odbiorcy. Stąd sukces literatury popularnej i jej obecność na listach bestsellerów. Na tych samych jednak listach, jak wynikało z innego tekstu, goszczą pozycje twórców literatury ambitniejszej. Czym można to wytłumaczyć? Czy może jednak Polaków nie zadowala przeciętność, nie zaspokajają ich gustów czytelniczych tylko lektury łatwe i przyjemne w odbiorze, nie wymagające większego wysiłku umysłowego? Może szukają czegoś więcej? Jeśli podobne złudzenia towarzyszyły czytelnikowi tygodnika, rychło zostały rozwiane. W tym samym tekście dowiadywał się on bowiem, że „sukcesy na listach bestsellerów nie mówią o naszych gustach literackich, lecz o naszym uzależnieniu od mediów”¹⁸⁶. To dzięki mini-wykładom o filozofii, transmitowanym przez telewizję, Leszek Kołakowski stał się bardziej rozpoznawalny i wielu Polaków zapragnęło mieć jego książki na półce. To nimb noblistki przyciąga rodaków do poezji W. Szymborskiej. „Wypada” mieć choćby jeden tomik jej wierszy. Bo „chcielibyśmy być na tyle światowi, by czytać religijną poezję, nowatorską prozę i filozoficzne eseje. Ale najczęściej tego nie robimy”¹⁸⁷. I w tym miejscu mediom przypada rola mentora, który (od czasu do czasu) uświadamia nam, że jednak powinniśmy zainteresować się kulturą wyższą. Wtedy, powodowani wyrzutami sumienia, kupujemy poważniejszą lekturę. I stawiamy ją na półce.

¹⁸⁴ P. Bratkowski, *Bystrzy sprzedawcy słów*, „Newsweek Polska” 2004, nr 26, s. 94.

¹⁸⁵ *Ibidem*, s. 94–[95].

¹⁸⁶ *Ibidem*, s. 96; P. Bratkowski, *Równość...*, s. 162.

¹⁸⁶ P. Bratkowski, *Równość...*, s. [165].

¹⁸⁶ K. Śmiałkowski, *Arcydzieła...*, s. 104.

¹⁸⁶ P. Bratkowski, *Bystrzy sprzedawcy...*, s. 94.

¹⁸⁶ *Ibidem*, s. 94, [95].

¹⁸⁶ *Ibidem*, s. 96.

¹⁸⁷ *Ibidem*.

Ilu czytelników pisma odnalazło się w tym obrazie? Prawdopodobnie większość, choćby dlatego, że „dziś wydaje się oczywiste, że znaczną część literackiej produkcji stanowią książki pisane nie po to, by zmieniać świat, lecz by zapewnić czytelnikowi rozrywkę, a autorowi i wydawcy – godziwy zarobek”¹⁸⁸. Co więcej, taką strategię wykorzystują już nie tylko twórcy literatury popularnej, ale również autorzy książek dotychczas ambitniejszych, mający aspiracje do przedstawiania świata w sposób bardziej złożony, niż taki, jaki jest prezentowany przez media. Tymczasem pisarze coraz częściej korzystają z tematów, pojawiających się na łamach tabloidów, jak przekonywał P. Bratkowski w tekście o jednoznacznie brzmiącym tytule *Książki z gazet*¹⁸⁹: „książka o >mocnym< temacie ma większe szanse na przebicie się do opinii publicznej. Pisarze o tym wiedzą; stąd nawet najsubtelniejsze rozważania starają się wpakować w fabułę, której nie powstydziliby się tabloid”¹⁹⁰. Można zatem powiedzieć, że dzięki temu literatura nadal funkcjonuje we współczesnym świecie, co więcej, „ma się nieźle”¹⁹¹. Niestety, nie można tego powiedzieć o jej twórcach. Nie są już autorytetami, jak to dawniej bywało, „nie są już ani lekarzami sumień, ani bohaterami anegdot”¹⁹², nie istnieje kanon książek, które znają wszyscy. Brak jest zwartej, opiniotwórczego środowiska literatów, którzy byłiby punktem odniesienia dla wielu czytelników. Nikt już dziś nie oczekuje od pisarza, że będzie przewodnikiem duchowym, wyrocznią w sprawach ważnych. Zresztą, czytając dalej tekst zamieszczony na łamach pisma, przekonujemy się, że „i sami pisarze niespecjalnie pchają się do tego, by uchodzić za kogoś więcej niż tylko specjalistów od pisania ciekawych, a czasem mądrych książek”¹⁹³.

Podobna w swej wymowie była kolejna publikacja, określająca współczesnych twórców mianem „kronikarzy epoki”. Owszem, zgadzał się jej autor, pojawili się nowi pisarze i nowe tematy w literaturze. Ale zbierając fakty, czerpiąc pomysły z mediów, opisując je w formie lekkiej, takiej, która dostarczy czytelnikowi przede wszystkim rozrywki, nie tworzą oni jednolitej konfraterni z wszystkimi regułami rządzącymi dawniej środowiskami artystycznymi. Nawet twórczość tych, którzy (podobnie jak Andrzej Stasiuk, w którym na początku jego kariery literackiej niektórzy upatrywali nowego Marka Hłaski) zdawali się być nowymi autorytetami w literaturze, z czasem się zmieniła, dostosowała do powszechnie dziś panującej mody. A współcześnie, jak przekonuje A. Więcka, jednymi z najpopularniejszych postaci

¹⁸⁸ P. Bratkowski, *Ulubieńcy rankingów*, „Newsweek Polska” 2004, nr 41, s. 92.

¹⁸⁹ P. Bratkowski, *Książki z gazet*, „Newsweek Polska” 2005, nr 38, s. 116–[117].

¹⁹⁰ *Ibidem*.

¹⁹¹ P. Bratkowski, *Koniec parnasu*, „Newsweek Polska” 2004, nr 41, s. 86.

¹⁹² *Ibidem*.

¹⁹³ *Ibidem*, s. [89].

literatury są bohaterki książek adresowanych do nowej grupy czytelniczek: samotnych, młodych kobiet, które w kolejnych odsłonach losów Bridget Jones odnajdują siebie, swoje problemy, a przede wszystkim rozwiązanie własnych kłopotów. Literatura tego typu pełni terapeutyczną funkcję, krzepi swoje czytelniczki, pociesza je i bawi. Jednak nie tylko taki jest jej cel. Historie opisywane przez Candace Bushnell, Helen Fielding, Marian Keyes, Josie Lloyd, a w Polsce przez Katarzynę Grocholę, cieszą się tak dużym powodzeniem również dlatego, że ich

bohaterki w gruncie rzeczy tylko udają, że są niezaradne i głupie [...]. Kiedy stają przed nimi prawdziwe wyzwania, mobilizują się i zwalczają największe nawet przeciwności. By kobiety uwierzyły, że to możliwe, potrzeba właśnie takich powieści¹⁹⁴.

Powieści, w których bohaterka jest na tyle przeciętna, że może się z nią utożsamiać jak najwięcej czytelniczek, a jednocześnie na tyle atrakcyjna, żeby każda z nich chciała być taka jak ona – stwierdza Joanna Jachmann, porównując te książki do łaskawego lustra, w którym kobiety chętnie się przeglądają¹⁹⁵.

To jeden obraz, jaki wyłania się z przytoczonych powyżej tekstów, podejmujących interesującą nas problematykę. Z drugiej jednak strony autorzy tygodnika zdawali się dostrzegać także jaśniejsze punkty we współczesnym świecie literatury.

Oczywiście, jak przyznawał T. Piątek, „gry komputerowe i reklamy wdarły się do świata sztuki i zmieniły jego oblicze: film i książka muszą się do nich upodobnić”¹⁹⁶, ale według niego nie musi to oznaczać katastrofy dla literatury. Wręcz przeciwnie, wszak na podstawie bestsellerów powstają gry komputerowe, realizowane są filmy – wszystko to może spowodować zainteresowanie widzów książką. Co więcej, pojawienie się owych gier jako rywali słowa drukowanego stawia przed książką nowe wyzwania. Pisarz będzie musiał zaferować wytrawnemu graczowi komputerowemu (potencjalnemu czytelnikowi) nową strukturę powieści, przypominającą labirynt, po którym odbiorca będzie mógł wielokrotnie błądzić, za każdym razem odnajdując inną odpowiedź na swoje pytanie, inną interpretację głównych wątków książki. Stąd być może wynika dobra koniunktura dla powieściowych thrillerów, dla których, według autorów pisma, zapanowała „złota era”. Borys Akunin, Michael Connelly, Jonathan Kellerman czy Aleksandra Marinina zapewniają wysoki poziom lektury w pisanych przez siebie powieściach. Polska literatura sensacyjna nie jest gorsza, co więcej „wyrastając z kultury popularnej i niby cały czas pozostając jej częścią, przeobra-

¹⁹⁴ A. Więcka, *Stalowe magnolie*, „Newsweek Polska” 2001, nr 15, s. [105].

¹⁹⁵ J. Jachmann, *Książka jak lustro*, „Newsweek Polska” 2004, nr 41, s. 97.

¹⁹⁶ T. Piątek, *Kultura wlezie wszędzie*, „Newsweek Polska” 2002, nr 51–52, s. 196–[197].

ziła się w gatunek niszowy, dla koneserów”¹⁹⁷. Pisana jest dla bardziej wymagającego czytelnika, który nie zadowolony się już tylko odpowiedzią na pytanie „kto zabił”, ani w jaki sposób prawda wyjdzie na jaw i rozumie, że „współczesna powieść sensacyjna to więcej niż intryga”¹⁹⁸.

Równie dobre wiadomości dla wszystkich miłośników literatury, obawiających się o jej przyszłość, niósł ze sobą inny tekst. W 2005 r. na łamach tygodnika P. Bratkowski pisał: „ukazało się tyle polskich powieści, że na nieprzyzwyczajonym do takiej obfitości rynku książki mogą się nawzajem zadeptać”¹⁹⁹. Co więcej, są to, według niego, w znacznej mierze ambitne powieści zarówno uznanych autorów, jak i pisarzy nowego pokolenia. Nierzadko wśród nich znajdują się tytuły wartościowe, po które coraz częściej sięga czytelnik, chcący zrozumieć otaczający go świat. Media, przedstawiające uproszczony obraz rzeczywistości, przestają bowiem stopniowo wystarczać wymagającemu odbiorcy, nierzadko wracającemu do poważnych lektur, a przynajmniej sięgającym po tytuły niszowe, nie zadowolającym się już tylko lekturami łatwymi w odbiorze. Zapanowała swoista moda na kontrkulturę. Jak czytamy na łamach pisma:

sytuacja dojrzała do rewolucji, zdają się mniemać nasi wydawcy. Spod pras drukarskich jedna za drugą wychodzą książki wykpiwające konsumpcyjny styl życia kapitalistycznych społeczeństw. Kontestujące mieszczańską obyczajowość i system wartości. Kwestionujące nasze przyzwyczajenia co do istoty sztuki i jej społecznych funkcji²⁰⁰.

Nie jest to jednak zjawisko powszechne, bo jak przyznaje autor tekstu, niestety

w kulturze tak utowarowionej jak współczesna kultura masowa dla artystycznych buntowników, pragnących wyjść poza niszę, ale zarazem nie zamienić się w popkulturowy gadżet, pozostaje niezwykle wąską ścieżką²⁰¹.

Pisano również o innych typach literatury, poza wymienionymi, chociaż takich tekstów było (w porównaniu z wcześniej omawianymi periodykami) wyraźnie mniej.

Najwięcej miejsca i uwagi dziennikarze „Newsweek Polska” poświęcali komiksowi²⁰². Czytelnicy tygodnika mogli przeczytać, że jeśli chcą „się

¹⁹⁷ P. Bratkowski, współpraca M. Łukaszewicz, *Złota era thrillera*, „Newsweek Polska” 2005, nr 6, s. 95–96.

¹⁹⁸ *Ibidem*, s. 97.

¹⁹⁹ P. Bratkowski, *Książki wyniesione z powodzi*, „Newsweek Polska” 2005, nr 21, s. 86.

²⁰⁰ P. Bratkowski, *Recykling buntowników*, „Newsweek Polska” 2005, nr 30, s. 88.

²⁰¹ *Ibidem*, s. 90.

²⁰² W sumie w ciągu pięciu analizowanych lat pojawiły się na łamach pisma 24 teksty poświęcone komiksowi.

czegoś dowiedzieć o wojnie, terroryzmie, zmianach obyczajowych itp. ważnych sprawach”²⁰³, powinni zainteresować się komiksami, jako że we współczesnym świecie jest to lektura obowiązkowa, nie tylko dla dzieci. Historie z dymkiem są zrozumiałe dla wszystkich, przekonywał autor artykułu, stanowią też swego rodzaju XXI-wieczny odpowiednik niegdysiejszych powieści Karola Dickensa. Czytelnik dowiadywał się również, że w ostatnich latach literatura rysunkowa rozwinęła się najprężniej ze wszystkich innych, co więcej, stała się częstym przedmiotem ekranizacji. Autorzy tekstu tłumaczyli, że doskonale wpisuje się ona we współczesną kulturę obrazkową, gdzie przeciętny odbiorca większość informacji o świecie czerpie przede wszystkim z telewizji czy Internetu. Przekonywano, że nie należy się wstydzić czytania komiksów, choćby dlatego, że „artyści komiksowi dołączają do twórców poważnej literatury [...], podejmują coraz poważniejsze tematy [...], najnowsze komiksy historyczne mają często wydźwięk polityczny”²⁰⁴. Pisano o renesansie popularności komiksu także w Polsce²⁰⁵, a przytaczane liczby (jak choćby fakt, że na rynek trafia rocznie 40 nowych tytułów, zaś nakład niektórych wydań sięga 70 tys. egz.²⁰⁶) świadczyły same za siebie. Recenzowano najbardziej popularne komiksy ostatnich lat: *Maus* (Arta Spiegelmana), *Dalej z tą wojną* (Davida Reese’a), *Morderstwa i tajemnice* (Neila Gaimana), ale i *Solidarność. Nadzieja zwykłych ludzi* (Macieja Jasińskiego) czy *Z Wadowic do Rzymu* (rysunkowa biografia papieża Jana Pawła II). Nie zapomniano również o najpopularniejszych twórcach komiksu. W jednym z numerów pisma w 2005 r. przybliżono sylwetkę René Gosciniego, przypominając czytelnikom polskie korzenie twórcy przygód Mikołajka²⁰⁷. Raz pojawił się rodzaj rankingu ostatnio wydanych najpopularniejszych komiksów: znalazło się w nim pięć tytułów: *Star Wars. Ostatni Rozkaz*, *Tytus Romek i A Tomek*; *Thorgal. Królestwo pod piaskiem*, *Batman. Mroczny Rycerz kontratakuję 3* oraz *100 naboí. Cięń drugiej szansy*. Obok kopii ich okładek zamieszczono w tym miejscu podstawowe dane bibliograficzne i krótkie adnotacje treściowe²⁰⁸. O tym, że promocja komiksu spodobała się czytelnikom, świadczyły ich listy. Warto przytoczyć jeden z nich:

Wreszcie widzę światło w tunelu w sprawie miejsca komiksu w naszej kulturze. Między innymi dzięki waszym publikacjom [...] pojawiła się szansa, by komiks wyszedł z getta

²⁰³ R. Foroohar, K. Śmiałkowski, *Świat jak z obrazka*, „Newsweek Polska” 2005, nr 36, s. [100].

²⁰⁴ B. Dehghanpisheh, *Nie tylko dla dzieci*, „Newsweek Polska” 2001, nr 6, s. 106.

²⁰⁵ K. M. Śmiałkowski, *Renesans dymków*, „Newsweek Polska” 2001, nr, s. 102–103.

²⁰⁶ W. Tkaczyk, *Czas dorastania z dymkiem*, „Newsweek Polska” 2003, nr 11, s. 91.

²⁰⁷ K. Śmiałkowski, *Asteriks ponad podziałami*, „Newsweek Polska” 2005, nr 42, s. 116.

²⁰⁸ *Komiks w styczniu*, „Newsweek Polska” 2003, nr 2, s. [111].

i przestał być domeną hermetycznego środowiska. Publikacje w tak opiniotwórczym tygodniku jak *wasz*, pokazują, że nie jest to banalna i marginalna rozrywka dla dzieci i nierozgarniętych dorosłych. Uświadamiaacie, że komiks jest prawdziwą sztuką i elementem współczesnej kultury, którym trzeba się rzeczowo zajmować. Chwała wam za to!²⁰⁹

Znacznie rzadziej pisano o innych typach literatury. W ciągu badanego okresu tylko incydentalnie podnoszono kwestię literatury dla dzieci i młodzieży. Najczęściej przywoływano w tygodniku książki o Harrym Potterze, zazwyczaj przy okazji premiery kolejnej części cyklu. Wskazywano, że popularność opowieści o małym czarodzieju polega m.in. na tym, że „ich akcja rozgrywa się niby w czarodziejskiej krainie, a tak naprawdę niczym nie różni się od naszego świata”²¹⁰, za każdym razem podkreślając, że „hegemonia najpopularniejszego czarodzieja wszech czasów pozostaje niezagrożona”²¹¹, a książki opowiadające jego losy „nie są zwykłą literaturą. To zjawisko rynkowe warte miliardy dolarów”²¹². Czytelnik pisma dowiadywał się, że kolejne tomy przygód Harry`ego zostały przetłumaczone na 55 języków, książkę sprzedano w 200 krajach całego świata, a na ekranizację kolejnych tomów czekają miliony fanów, wśród których są nie tylko dzieci, ale i dorośli. Bohater książki stał się „gwiazdą światowego biznesu”, jak napisała jedna z czytelniczek pisma²¹³, jednocześnie zaś jego niewątpliwą zasługą dla całej współczesnej literatury dla dzieci i młodzieży był fakt, że „uruchomił proces >udoraśniania< literatury dla dzieci”²¹⁴. Autorzy prozy dla dzieci zrozumieli, że mali czytelnicy, podobnie jak dorośli, także „lubią się czasem bać”, a w książkach poszukują nie tylko „ugrzeczniczonych historii”, ale i „potwornych istot z zaświatów”²¹⁵. Pisano również o tym, że w literaturze dla dzieci i młodzieży pojawiło się więcej „wyrazistych bohaterów i strasznych scen”²¹⁶. Jednocześnie Justyna Świącicka (psycholog dziecięcy) tłumaczyła, że „Baśń powinna być metaforą życia. Dobro musi wygrywać ze złem sugestywnie, bo jeżeli na końcu baśni wszyscy się do siebie słodko uśmiechają, to nie ma w tym żadnej wartości wychowawczej”²¹⁷. Zgadzał się z nią Grzegorz Leszczyński, badacz literatury dziecięcej, który uważał, że „baśń powinna być mentalnym amortyzatorem przed dorosłością. Oswoić

²⁰⁹ M. Puźniak [czytelnik pisma], *Komiks to nie getto*, „Newsweek Polska” 2003, nr 21, s. 14.

²¹⁰ W. Kot, *Demontaż iluzji*, „Newsweek Polska” 2004, nr 4, s. 99.

²¹¹ [br. aur.], *Potter zaczarował Paragona*, „Newsweek Polska” 2004, nr 50, *Biblioteka myśli dla dzieci i młodzieży*, s. 22.

²¹² A. Matusiewicz, *Harry w zakonie fortuny*, „Newsweek Polska” 2003, nr 27, s. 42.

²¹³ M. Salak [czytelniczka pisma], *Potter gwiazdą biznesu*, „Newsweek Polska” 2003, nr 29, s. 9.

²¹⁴ K. Zalewska, *Puchatku, pora umierać*, „Newsweek Polska” 2003, nr 48, s. 102.

²¹⁵ *Ibidem*, s. 101–102.

²¹⁶ *Ibidem*, s. 102.

²¹⁷ *Ibidem*.

dziecko z problemami prawdziwego świata”²¹⁸. Podawano przykłady współczesnych książek, spełniających postulaty badaczy: *Artemis Fowl* (Eoina Colfera), *Wiersze, że aż strach* (Małgorzaty Strzałkowskiej), *Zaklinacz cieni* (Grahama P. Taylora).

W nawiązaniu do akcji *Cała Polska czyta dzieciom* zamieszczono tekst, prezentujący wybrane tytuły książek dla najmłodszych i tych nieco starszych czytelników. Znalazł się on we wspomnianej już propozycji lektur na lato. Wśród ośmiu proponowanych książek pojawił się m.in. *Chłopiec lew* Zizou Corder, *Gwiazda* Jerry’ego Spinelliego oraz oparty na filmie *Shrek 2* Leona Jessego McCanna²¹⁹. Rok później zamieszczono (w ramach wcześniej omawianej rubryki) *Karnet dla dzieci*, gdzie obok recenzji książki adresowanej do młodszych czytelników zaproponowano kilka nowych tytułów, które pojawiły się na rynku. W kolumnie znalazły się kopie okładek prezentowanych lektur wraz z krótkimi adnotacjami treściowymi. Na kolejnych stronach numeru proponowano przedstawienia teatralne, filmy na DVD, audiobooki dla dzieci oraz wystawę dla najmłodszych w stołecznej Królikarni. Przypominano rodzicom o Ogólnopolskim Tygodniu Czytania Dzieciom, a nawet polecano imprezy dla dzieci, odbywające się za granicą²²⁰.

Poza kwestiami ogólnymi, związanymi z kondycją literatury współczesnej czy opisywaniem poszczególnych jej typów na łamach pisma, prezentowano także wybranych jej twórców, nie tylko w formie omówionych wcześniej portretów, ale również na szerszym tle, nierzadko na przykład przy okazji prezentacji nowej książki. Cytowano wówczas niekiedy opinię autora na temat roli twórców czy funkcji literatury w dzisiejszym zmedializowanym świecie. Przywołano na przykład słowa Adama Zagajewskiego, który uważał, że „pisarze powinni unikać inteligentnych żartów. Literatura ma olśniewać, budzić grozę i niepokój”²²¹, zaś „od kultury należy oczekiwać nie sarkazmu, nie krytycznego dystansu [...], lecz wizji, ognia, płomienia, który towarzyszy duchowemu odkryciu”²²². Dariusz Baliszewski przypominał receptę Tadeusza Dołęgi-Mostowicza na osiągnięcie sukcesu na polu literackim:

Weź skomplikowaną akcję, dodaj niebezpieczną przygodę, przypraw polityką, erotyką i obyczajowością i gotuj to w słowie prostym, dbając, by nie wykkipało niezrozumiałością, ale też bacz, by było to słowo ładne i w ładne zdania ułożone. Całość polej sosem dystansu i ironii²²³.

²¹⁸ *Ibidem*.

²¹⁹ K. Zalewska, *Dla dzieci i młodzieży*, „Newsweek Polska” 2004, nr 26, s. 102.

²²⁰ „Newsweek Polska” 2005, nr 22, s. 107–[109].

²²¹ W. Kot, *Dzisiejsza Europa grzęźnie w ironii*, „Newsweek Polska” 2002, nr 41, s. [106].

²²² *Ibidem*.

²²³ D. Baliszewski, *Niewygodna pamięć i czarna legenda*, „Newsweek Polska” 2002, nr 39, s. 64.

Jakkolwiek te wskazówki niezbyt pomogły samemu autorowi *Kariery Nikodema Dyzmy*, przynajmniej nie w oczach mu współczesnych („Odmawiano [mu] szacunku, lokując gdzieś na marginesie literatury”²²⁴), to jednak dziś taki sposób wydaje się gwarantować powodzenie. Innym środkiem, dzięki któremu na napisaniu książki można także zarobić, może być, według J. M. Coetzee, umiejętne sprzedanie przez pisarza posiadanych przezeń (zmiennych) poglądów „najlepiej w wielu kwestiach, każdy na osobną okazję”²²⁵. Czytelnik nie powinien oczekiwać głębi czy wskazania drogi w czytanych przez siebie książkach, bo „literatura, która kiedyś stanowiła dla ludzi obietnicę zbawienia, dziś sama o nie prosi w ponurym czyścicu – jeśli oczekujecie czegoś więcej, porzućcie nadzieję”²²⁶.

W porównaniu z omawianymi wcześniej tygodnikami, na łamach „Newsweek Polska” pojawiało się niewiele tekstów komentujących kondycję współczesnej literatury obcej. Czytelnicy dowiedzieli się, że 40% dorosłych Brytyjczyków nie czyta książek w ogóle i tak samo wygląda sytuacja w Rosji, gdzie dokładnie taki sam odsetek osób nie jest zainteresowanych literaturą. O trudnej sytuacji twórców w Rosji pisał W. Jerofiejew, podkreślając, że sam padł ofiarą „wojny z pisarzami”²²⁷. Z kolei na temat intensywnie rozwijającej się kultury, w tym literatury ukraińskiej, pisała Anna Sańczuk, przywołując sylwetki ukraińskich pisarzy młodego pokolenia²²⁸. O „prowokacyjnej” i odważnej literaturze indonezyjskiej, w której przewija się „romans z księdzem, homoseksualizm, prostytutka” donosili polskim czytelnikom Peter Janssen i Juliana Wilson²²⁹. M. Cieślík zamieścił krytyczny tekst o współczesnej literaturze francuskiej, reprezentowanej na polskim rynku przez Erica Emmanuela Schmidta i Philippe Delerm, jednocześnie podkreślając małe wymagania polskich czytelników, których nietrudno jest „nabrać na pozory głębi”, serwowane przez autorów („strojących miny filozofów”), czytelników, którzy za to łatwo się wzruszają i kupują „produkt literaturopodobny”²³⁰. Mac Margolis, autor innej publikacji, zastanawiał się, „czy realizm magiczny umarł”²³¹ i przypominając literaturę w stylu Gabriela G. Márqueza ostrzegał czytelników, że „nowe pokolenie iberoamerykańskich pisarzy jest wielkowiejskie, cwane i brutalne. Zapomnijcie o czarodziejach!”²³²

²²⁴ *Ibidem*, s. 65.

²²⁵ P. Bratkowski, *Czy pisarz może być zbawiony?*, „Newsweek Polska” 2005, nr 51–52, s. [157].

²²⁶ *Ibidem*.

²²⁷ W. Jerofiejew, *Wojna z pisarzami*, „Newsweek Polska” 2002, nr 50, s. 99.

²²⁸ A. Hańczuk, *Kultura na pomarańczowo*, „Newsweek Polska” 2005, nr 1, s. 56–[57].

²²⁹ P. Janssen, J. Wilson, *Seks na stronie*, „Newsweek Polska” 2003, nr 46, s. 113.

²³⁰ M. Cieślík, *Trzy kolory: nudny*, „Newsweek Polska” 2005, nr 31, s. 99.

²³¹ M. Margolis, *Czy realizm magiczny umarł?*, „Newsweek Polska” 2002, nr 20, s. 104.

²³² *Ibidem*.

Oddzielną i ważną (choć niewielką) grupę stanowiły teksty, poświęcone rynkowi wydawniczo-księgarskiemu w Polsce. Brak wśród nich choćby jednego, który rzetelnie prezentowałby sytuację. Pojedyncze artykuły podejmowały oderwane, przede wszystkim „ciekawe” kwestie, jak na przykład sprawę „piractwa książkowego”. Pisząc o zagrożeniu dla książki, jakie niesie ze sobą Internet, wskazywano na bezkarność hakerów, którzy kopiuje książki i rozprowadzają je w sieci. Ten proceder przynosi ogromne straty wydawcom, którzy czują się bezsilni, choćby dlatego, że mają wielkie możliwości prawne, by ścigać „piratów”, rozpowszechniających nielegalne kopie praktycznie za darmo²³³. Jednym ze sposobów walki z nieuczciwą konkurencją miało być, jak dowiadywał się czytelnik, cyfrowe drukowanie książek przez wydawców. Otóż, wykorzystując nowoczesne metody, niektórzy edytorzy, naśladując firmy fonograficzne, postanowili sprzedawać zainteresowanym pojedyncze rozdziały publikowanych przez siebie książek w postaci cyfrowej. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne zdecydowały się na utworzenie bazy informatycznej, zawierającej wybrane tytuły z oferty własnej i innych wydawnictw, z której użytkownicy mogliby korzystać. Przed oczyma czytelnika pojawił się taki oto obraz:

w wybranych księgarniach staną komputerowe stoiska, w których będzie można zapoznać się z zasobami bazy i złożyć zamówienie, wypełniając elektroniczny formularz. Za pośrednictwem informatycznej sieci zamówienia spłyną do drukarni Sowa, gdzie książki będą automatycznie drukowane na jednej z trzech supernowoczesnych cyfrowych drukarek. Do odbiorców trafią za pośrednictwem poczty i firm kurierskich²³⁴.

Inną formą ratowania książki są, jak przekonywano na łamach „Newsweek Polska”, jej e-wydania, coraz częściej proponowane czytelnikom. Stawiając pytanie, czy nagrane na kasetę lub płytę powieści stanowią „namiastkę kultury czy pełnowartościową ofertę dla miłośników książek” A. Więcka zdecydowanie podkreślała zalety audioliteratury. Ma ona być kierowana do ludzi, którym brak jest czasu na tradycyjne czytanie, a jej atrakcyjność gwarantują znani artyści, zatrudniani przez wydawcę. Pisano, że wśród najchętniej kupowanych audiobestsellerów znalazły się m.in. *Quo vadis* Henryka Sienkiewicza, *Lalka* Bolesława Prusa, ale także *Dzienniki Bridget Jones* H. Fielding²³⁵. Jednocześnie w innym tekście jego autorka podkreślała, że „literatura mówiona”, wydawana w takiej formie, jako efekt kolejnego etapu macdonaldyzacji kultury, niekoniecznie niesie za sobą tylko wartości pozytywne. Wygodne słuchanie literatury, nie zaś jej osobiste czytanie, powoduje według przywołanego w publikacji Wojciecha Maj-

²³³ I. Leszczyńska, *Piraci zarzucają sieć*, „Newsweek Polska” 2002, nr 49, s. 16–[17].

²³⁴ J. Olechowski, *Książka na zamówienie*, „Newsweek Polska” 2004, nr 38, s. 60.

²³⁵ A. Więcka, *Literatura do słuchu*, „Newsweek Polska” 2001, nr 7, s. [103].

chrzaka, zanik aktywności i intelektualnego zaangażowania czytelnika. Jednak ten głos był wyjątkiem; większość pytanym przez Mariannę Lutomską osób uważało, że jest to nie tylko trafne odczytanie potrzeb współczesnego czytelnika, ale jednocześnie bardzo dobra promocja literatury i że w Polsce obserwowane jest wciąż rosnące zainteresowanie audiobookami, podobnie jak czytaniem w radiu powieściami odcinkowymi²³⁶. Bardziej radykalną w swej wymowie opinię przedstawił Marcin Bójko, który wieszcząc koniec epoki książki tradycyjnej, wygłosił pochwalny tekst na temat e-druku, zwracając uwagę na fakt, że to nie forma książek zmieniała świat na przestrzeni wieków, ale ich treść. Jednocześnie poddawał pod rozwagę problemy, które wraz z rozpowszechnianiem się książki w wersji elektronicznej pojawiają się przed wydawcami: trudności techniczne oraz problemy z ochroną praw autorskich. Osobom krytycznie nastawionym do rewolucji w słowie drukowanym radził, by spojrzeli na nią

jak na usprawnienie starego wynalazku, które pociągnie za sobą zmiany w naszym życiu. Za pomocą Internetu uzyskamy dostęp do ogromnych księgozbiorów. Biblioteki przestaną być już tylko pomieszczeniami wypełnionymi od podłogi do sufitu półkami. Książki trafią do wnętrza komputerów²³⁷.

Póki co jednak, książki trafiają przede wszystkim do księgarń, wśród których także panuje konkurencja. P. Bratkowski zastanawiał się, czy współczesny czytelnik, poszukujący interesujących go książek, chętniej wybiera wielkie supermarkety, czy też lepiej czuje się w małych księgarniach, w których może zamówić kawę i czytać przy niej wybraną lekturę. Duże sieci handlowe, w których „wszystkiego jest za dużo” czy przytulne, niewielkie miejsca, gdzie „unosi się zapach dobrej kawy, a muzyka, jaką w niej słychać, nie ma nic wspólnego z notowaniami list przebojów”²³⁸? Nietrudno domyśleć się, który wariant wybrał P. Bratkowski. Proponował czytelnikom kilka miejsc, gdzie odnajdą spokój i w atmosferze, przesyconej zapachem książek, będą mogli oddać się przyjemności czytania. Pisząc o księgarni *Czuły Barbarzyńca*²³⁹ czy antykwariacie *Massolit Books*, opisywał również *Traffic Club*, przedsięwzięcie będące odpowiedzią na potrzeby tych, którzy wolą tradycyjny szelest przewracanych kartek w książce niż kliknięcie myszką w Internecie²⁴⁰.

²³⁶ M. Lutomska, *Nie czytałeś, to posłuchaj*, „Newsweek Polska” 2005, nr 3, s. [106]–107.

²³⁷ M. Bójko, *E-książka do poduszki*, „Newsweek Polska” 2004, nr 1, s. 57.

²³⁸ P. Bratkowski, *Wojna słoni z myszkami*, „Newsweek Polska” 2004, nr 1, s. [74]–77.

²³⁹ Przypomnijmy, że to właśnie w kluboksięgarni *Czuły Barbarzyńca* raz w miesiącu odbywały się wspomniane wcześniej spotkania, prowadzone przez P. Bratkowskiego, inspirowane współczesną kulturą.

²⁴⁰ P. Bratkowski, *Wojna słoni...*, s. 77.

Temat księgarni pojawił się ponownie na łamach pisma rok później. W kilku następujących po sobie tekstach ich autorzy przedstawili zmiany, jakim uległy polskie księgarnie w ciągu ostatnich lat. P. Bratkowski przypomniał ich rolę szczególnie w okresie PRL i wysunął hipotezę, że dziś „wygrywają najwięksi i najmniejsi”. Pierwsi kuszą czytelników najszerzą ofertą i trwają na posterunku dzięki swej ekonomicznej sile. Najmniejsi, bo są na tyle oryginalni i pomysłowi, że przyciągają koneserów²⁴¹. To właśnie w małych kluboksięgarniach „kupowanie książek jest czymś więcej niż tylko transakcją handlową”, a ich właściciele „łączy potrzeba kreowania życia kulturalnego”²⁴². M. Łukaszewicz przekonywała, że każdy, kto odwiedzi *Czułego Barbarzyńcę*, trafi na grupę ludzi, których łączy podobny pogląd na współczesny świat i kulturę. Czytelnicy dowiedzieli się również o hurtowni książek w podwarszawskim Skrzyszowie, urządzonej w dawnych budynkach gospodarczych, gdzie lektury „poukładane są w kilkumetrowe stosy na drewnianych paletach”²⁴³. W innym tekście w tym samym numerze pisma ta sama autorka pisała o książkach w supermarketach, w których stały się one „towarem tanim, szybkim oraz z założenia poradnikowo-familijnym”²⁴⁴, cytując słowa Marcina Baczyńskiego z firmy zaopatrującej super- i hipermarketowy rynek książki w Polsce, przerażonego faktem, że w tych miejscach największym powodzeniem cieszyła się pozycja *Żylaki i hemoroidy* (ponad 30 tys. sprzedanych egz.)²⁴⁵. Czytelnik pisma dowiadywał się, że w supermarketach w książki zaopatrują się przeważnie ludzie, którzy nie chodzą do księgarni, m.in. dlatego, że jest tam dla nich za drogo, a nierzadko zbyt kameralnie. Duża przestrzeń hipermarketu daje natomiast poczucie anonimowości, w której odnajduje się coraz więcej osób. Autorka artykułu wskazywała także na wyraźne zagrożenie, wpływające z faktu przejmowania funkcji księgarni przez centra handlowe, które mają swoje wyobrażenie o literaturze i lansują jej określony typ, dostosowany do masowego odbiorcy. Ostatni tekst traktował o księgarniach internetowych jako odpowiedzi na wszechobecny współcześnie brak czasu i pośpiech, które nie pozwalają na poszukiwania w tradycyjnych księgarniach czy antykwariatach. Liczba korzystających z usług portali księgarskich rośnie z roku na rok, co wynika, jak dowiadywał się czytelnik, w dużej mierze ze znacznie większej liczbowo oferty internetowych księgarni, a z drugiej z coraz szerszego dostępu do Internetu. Fakt bycia (znów) anonimowym również nie był w takim przypadku bez znaczenia²⁴⁶.

²⁴¹ P. Bratkowski, *Więcej niż sklepy*, „Newsweek Polska” 2005, nr 2, s. 94.

²⁴² *Ibidem*, s. 95.

²⁴³ M. Łukaszewicz, *Tomy w stodole*, „Newsweek Polska” 2005, nr 2, s. 98.

²⁴⁴ P. Bratkowski, *Więcej niż...*, s. 95.

²⁴⁵ M. Łukaszewicz, *Chleb i „Kod Leonarda”*, „Newsweek Polska” 2005, nr 2, s. 96.

²⁴⁶ M. Łukaszewicz, *Kup na stronie*, „Newsweek Polska” 2005, nr 2, s. 97.

W porównaniu z zaprezentowanymi wcześniej periodykami, na łamach „Newsweek Polska” znalazło się niewiele informacji dotyczących targów książki. Wśród zaledwie sześciu, jakie pojawiły się w ciągu badanego okresu, cztery miały postać krótkich wzmianek, jedna charakter ciekawostki, podającej liczbę osób, które odwiedziły Warszawskie Targi Książki, i tylko jedna była nieco dłuższym tekstem, zapowiadającym 50. Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie. F. Łobodziński pisał o największych atrakcjach targów, wymieniając zarówno przewidywanych gości (m.in. mieli nimi być: Ken Follet, Henning Mankell i Amos Oz), jak i premiery książkowe (na przykład nowe powieści Daniela Odiji i Sławomira Shuty)²⁴⁷. Pięć informacji odnosiło się do rodzimych imprez, a tylko jedna donosiła o wygraniu na targach książki w Londynie konkursu na Młodego Wydawcę Roku przez polskie wydawnictwo Muchomor²⁴⁸.

Wśród innych tekstów, które można zaliczyć do omawianej grupy, warto wspomnieć o jeszcze kilku. Pierwszym z nich była publikacja poświęcona Media Rodzina, wydawcy wspomnianego w tekście cyklu o Harrym Potterze. Czytelnicy tygodnika poznali w tym przypadku postać założyciela oficyny, Amerykanina, Roberta Gamble²⁴⁹. Druga opowiadała o „książkach nie do poduszki”, przygotowywanych przez koszalińskie Wydawnictwo Artystyczne oraz o podobnych edytorach, zajmujących się wydaniem bibliofilskimi²⁵⁰.

Z kolejnej publikacji czytelnik dowiadywał się o międzynarodowej serii *Mity*, interesującej inicjatywie szkockiego wydawcy Jamie Bynga, polegającej na tym, że do 2038 roku popularni pisarze z 33 krajów z całego świata (z Polski mieli to być Jacek Dukaj, Paweł Huelle i Olga Tokarczuk, zaś partnerem wydawniczym Znak) przygotowują 100 książek, które będą nowymi, autorskimi wersjami starych mitów²⁵¹. Bez wątplenia pomysł miał duży impet marketingowy i walor promocyjny, potrzebny w dobie kryzysu czytelniczego, choć na jego końcowy efekt będzie trzeba poczekać jeszcze kilka lat. W tygodniku wspomniano też o innym interesującym pomysle, propagującym literaturę. Kluby książki, które powstają również w Polsce, w Stanach Zjednoczonych istnieją od dawna i cieszą się niesłabnącą popularnością, jak przekonywał czytelników pisma Malcolm Jones²⁵². Ci, którym, leży na sercu dobro książki, mogą spać spokojnie, bo jak stwierdziła Pat Eiseman z wydawnictwa Scribner „jedyną rzeczą przyjemniejszą od czyta-

²⁴⁷ F. Łobodziński, *Zaczytani jak nigdy*, „Newsweek Polska” 2005, nr 20, s. [97].

²⁴⁸ B. Kwiatek, *Muchomor górą*, „Newsweek Polska” 2005, nr 13, s. 4.

²⁴⁹ E. Głapiak, *Pastor z różdżką*, „Newsweek Polska” 2004, nr 8, s. 54–55.

²⁵⁰ M. R. Chehab, *Książki nie do poduszki*, „Newsweek Polska” 2003, nr 34, s. 92–93.

²⁵¹ P. Bratkowski, *Odysseyja w globalnej wiosce*, „Newsweek Polska” 2005, nr 41, s. 119–120.

²⁵² M. Jones, *Przeczytajcie, pogadajcie*, „Newsweek Polska” 2002, nr 32, s. 104–105.

nia jest rozmawianie o tym, co się właśnie przeczytało”²⁵³. Jednak lektura może być nie tylko przyjemnością, jak uzasadniała Jolanta Zarembina, pisząc o biblioterapii w tekście *Leczenie powieścią*, proponując jednocześnie kilka tytułów, które mogły okazać się pomocą w niełatwych chwilach w życiu²⁵⁴. Książki „w rękach terapeuty są narzędziem nie do przecenienia”²⁵⁵, o czym wiedzieli już starożytni Grecy, umieszczając nad wejściem do biblioteki napis: „Lekarstwo dla duszy”.

Jaka przyszłość czeka zatem książkę? Wydaje się, że dobrym podsumowaniem rozważań, zamieszczanych na łamach pisma (nierzadko, co trzeba przyznać, sprzecznych ze sobą), będą słowa autora tygodnika, który najczęściej wypowiadał się na temat literatury. Nie obawiał się on jej upadku czy końca, wszak wielokrotnie już w historii słowa drukowanego mówiono o końcu epoki Gutenberga. Kres miało położyć jej radio, później telewizja, dziś natomiast takim zagrożeniem ma być Internet. Tymczasem książka nadal istnieje. Zmienić się może forma literatury, ostrzegają P. Bratkowski. Być może będzie musiała ona być „literaturą fragmentu, rozpadu, by opowiedzieć prawdę w sposób zrozumiały dla człowieka, który w takim właśnie świecie żyje?”²⁵⁶ Zmieniają się zapewne oczekiwania czytelników, którzy dziś będąc jeszcze dziećmi, kiedyś staną się nowymi odbiorcami literatury, z zupełnie innymi doświadczeniami.

Zanim ukształtują swój gust literacki, z całą pewnością zrobią trzy rzeczy, których nie robili w dzieciństwie ich rodzice. Obejrzą telenowelę. Zagrają w grę komputerową. Posurfują po Internecie. I te trzy czynności wpłyną na to, jakich książek będą szukać w księgarni²⁵⁷.

Prawdopodobnie częściej niż rodzice będą oglądać swoje ulubione powieści na srebrnym ekranie.

Na łamach pisma pojawiło się dużo tekstów poświęconych ekranizacji literatury, szczególnie zaś bestsellerów: kolejnych części książki o Harrym Potterze, a także *Władcy Pierścieni*. Pisano, że „Hollywood uwierzył w magię i na wyścigi ekranizuje powieści fantasy”²⁵⁸, zaś ekranizacja prozy J. R. R. Tolkiena „otwiera nowy rozdział w historii kina”²⁵⁹. Informowano także o ekranizacji *Serii niefortunnych zdarzeń* Daniela Handlera, *Pachnidła* Patricka Süskinda, dzieł Williama Szekspira. Równie często recenzowano rodzime produkcje, zazwyczaj jednak oceniając je negatywnie, jak choćby

²⁵³ *Ibidem*, s. 105.

²⁵⁴ J. Zarembina, *Leczenie powieścią*, „Newsweek Polska” 2005, nr 49, s. 70–[71].

²⁵⁵ *Ibidem*, s. [71].

²⁵⁶ P. Bratkowski, *Klocki do czytania*, „Newsweek Polska” 2004, nr 40, s. 94.

²⁵⁷ *Ibidem*, s. 92.

²⁵⁸ L. Kurpiowski, J. Giles, *Czary-mary i dolary*, „Newsweek Polska” 2005, nr 45, s. 96.

²⁵⁹ K. Śmiałkowski, *Władca efektów*, „Newsweek Polska” 2002, nr 7, s. 99.

Zemstę Aleksandra Fredry w reż. Andrzeja Wajdy²⁶⁰. Ale czytelnicy mogli również poznać opinię dziennikarzy pisma na temat przeniesienia na srebrny ekran literatury popularnej (na przykład perypetii głównej bohaterki książkowego bestsellera K. Grocholi *Nigdy w życiu*), *science fiction* (jak choćby powieści St. Lema), klasyki polskiej (*Qvo vadis* czy *Krzyżaków* H. Sienkiewicza). Podobnie informowano o nowych inscenizacjach znanych dzieł, m.in. A. Mickiewicza (na przykład pisano o wystawieniu *Dziadów* w Teatrze im. Juliusza Słowackiego w Krakowie) czy W. Szekspira (wystawienie *Makbeta* w Narodowym Teatrze Starym w Krakowie). W tym przypadku jednak były to zazwyczaj krótkie wzmianki informacyjne, zamieszczone w ramach *Jupitera* czy później *Karnetu*, zawierające głównie dane organizacyjne, rzadziej krótki komentarz dotyczący anonsowanego wydarzenia.

Postać krótkich notek przybierały również informacje, zaliczone w pracy do kategorii Inne. Czasami informacja zawierała się w jednym tylko zdaniu (dotyczyło to głównie danych statystycznych) lub obejmowała kilka, rzadziej kilkanaście zdań. Taką postać przybierały przeważnie krótkie informacje ogólne, dotyczące na przykład czytelnictwa w Polsce i na świecie czy rozmaitych ciekawostek, związanych z książką (na przykład czytelnicy pisma dowiedzieli się, że podczas świątecznych zakupów 8,7% Polaków kupuje pod choinkę książki). Zapraszano czytelników do odwiedzenia Muzeum Koziółka Matołka w Sochaczewie i Muzeum Najmniejszych Książek Świata w Katowicach. Informowano o tym, że Ministerstwo Kultury przygotowało wyprawki dla nowo narodzonych dzieci w postaci pięciu książek z bajkami. Podawano, na ile wyceniany jest majątek J. K. Rowling oraz liczbę sprzedanych na całym świecie egzemplarzy książki *Harry Potter i Zakon Feniksa*. W tej grupie znalazły się również informacje o imprezach kulturalnych, związanych z książką (jak na przykład o Ogólnopolskim Tygodniu Czytania Dzieciom czy o IV Głośnym Czytaniu Nocą, jako pomysłu spędzenia nocy świętojańskiej w kieleckim Antykwariacie Naukowym Andrzeja Metzgera, a także o 8. Festiwalu Literackim Warszawa Pisarzy, festiwalu poezji w Legnicy czy Poznańskim Slamie Poetyckim). Pisano także o spotkaniach z pisarzami (na przykład z Kirą Gałczyńską, Tadeuszem Różewiczem, O. Tokarczuk, J. L. Wiśniewskim). Zazwyczaj w kilku zdaniach informowano również czytelników o nagrodach i wyróżnieniach, przyznanych twórcom, na przykład o nagrodzie dla J. Chmielewskiej za całokształt twórczości. Autorka *Lesia* odebrała to wyróżnienie na I Festiwalu Kryminału, który odbywał się w Krakowie.

Formę krótkich informacji przybierały również wzmianki, związane z bibliotekami. Począwszy od tego, że donoszono o wynalezieniu urządzenia, które w przyszłości może zastąpić tradycyjnego bibliotekarza, poprzez

²⁶⁰ W. Kot, *Wydmuszka*, „Newsweek Polska” 2002, nr 40, s. 94–96.

informację o Bibliotece Internetowej, planowanej bibliotece więziennej w Piotrkowie Trybunalskim, która ma liczyć 5 tys. książek, przedstawienie pomysłu związanego z bibliobusami, a kończąc na zamierzeniach Michała Jagiełły (ówczesnego dyrektora Biblioteki Narodowej), pragnącego wykupić rękopis *Quo vadis* od Andrew de Janasza. Tygodnik proponował również rozmaite, niekonwencjonalne sposoby na to, by zachęcić Polaków do czytania (jak chociażby oryginalny pomysł zorganizowania biblioteki przez osoby prywatne, np. we własnej piwnicy czy na promie).

Analiza periodyku pozwoliła także wyodrębnić niewielką grupę tekstów, które donosiły o sprawach ciekawych lub oryginalnych, jak na przykład „odkrycie”, że wszystkie dzieła, dotąd przypisywane W. Szekspirowi, napisała kobieta, Mary Sidney Herbert²⁶¹ czy publikacja poświęcona zwojom z Qumran²⁶². Kilkakrotnie pisano o *Biblii*, np. informując o pierwszym (od ponad 100 lat) żydowskim tłumaczeniu jednej z jej ksiąg (*Księgi Rodzaju*) na język polski, podkreślając przy tym jego walory²⁶³. Być może, zainteresowanie autorów tygodnika *Biblią* spowodowane było pojawieniem się sensacyjnej, a zarazem bestsellerowej powieści Dana Browna *Kod Leonarda da Vinci* – przy okazji recenzji tej książki sięgano do historii biblijnych. Pisano także o innej świętej księdze, *Koranie*²⁶⁴.

Warto również wspomnieć o listach od czytelników, którzy w ten sposób dzielili się swoimi uwagami dotyczącymi publikacji zamieszczanych na łamach pisma, a związanych z literaturą. Zazwyczaj opinie odbiorców tygodnika dotyczyły recenzowanych książek lub ich ekranizacji i w większości przypadków ich autorzy zgadzali się z oceną recenzentów pisma.

2.4.3.4.3. *Nasze skarby, nasze blizny*²⁶⁵: konkursy i akcje

Podobnie, jak w przypadku dwóch wcześniej prezentowanych periodyków, tak i na łamach „Newsweek Polska” pojawiła się kolejna forma obecności książki, jaką są konkursy oraz akcje bezpośrednio lub pośrednio z nią związane. W porównaniu jednak z „Polityką” czy „Wprost” tego typu inicjatywy było niewiele, pomimo że bardzo często o nich informowano²⁶⁶.

²⁶¹ A. Underwood, *Szekspir też była kobietą*, „Newsweek Polska” 2004, nr 27, s. 110.

²⁶² A. Piotrowska, *Zwoje z Qumran*, „Newsweek Polska” 2001, nr 15, s. 72–75.

²⁶³ T. Korzeniowski, *Dar z Synaju*, „Newsweek Polska” 2001, nr 16, s. 196–197.

²⁶⁴ Zob. np. K. L. Woodward, *Na początku była Księga*, „Newsweek Polska” 2002, nr 7, s. 61–64; S. Theil, *Koran inaczej*, „Newsweek Polska” 2003, nr 32, s. 70.

²⁶⁵ Tytuł tekstu, w którym podano rozstrzygnięcie jednego z konkursów pisma. „Newsweek Polska” 2004, nr 22, s. 90–[93].

²⁶⁶ W sumie na łamach tygodnika pojawiły się 92 informacje tekstowe na ich temat oraz 35 reklam, promujących tego typu przedsięwzięcia. W liczbie tej znajdują się również informacje dotyczące omówionego wcześniej konkursu na fotoreportaż (*Newsreportaż*), jak

Biorąc pod uwagę temat pracy, najważniejszym jest konkurs literacki *Podporiusz*, organizowany przez omawiany tygodnik. Po raz pierwszy informacja na ten temat pojawiła się w numerze 4 (2003), w formie reklamy²⁶⁷. Od tej pory charakterystyczna postać siłacza, podpierającego rząd ustawionych na półce książek, stała się symbolem konkursu. Celem przedsięwzięcia miało być promowanie najlepszych tytułów minionego roku w dziedzinie literatury popularnonaukowej. Przewidziano trzy kategorie:

1. Wydarzenia. Zaliczono doń książki związane z dawną i współczesną historią, a także reportaże.

2. Ludzie. Tu planowano dokonywać wyboru wśród wspomnień, pamiętników, dzienników, listów oraz autobiografii i biografii.

3. Nauka. W tym przypadku postanowiono nagradzać literaturę popularnonaukową.

Przewidziano także nagrodę specjalną (Grand Prix), przeznaczoną dla autora książki, która otrzyma największą liczbę głosów. Dwa tygodnie później informowano czytelników, że w konkursie bierze udział 25 wydawców, którzy zgłosili 183 tytuły. Oceniane miały być one przez specjalne jury, w skład którego weszli przedstawiciele kultury i nauki. Każdy z nich miał zagłosować na wybrane przez siebie 5 z 73 książek reprezentujących kategorię Nauka, 5 z 49 w ramach kategorii Ludzie i 5 z 61 w kategorii Wydarzenia. Spośród w ten sposób nominowanych tytułów członkowie Akademii „Newsweeka” mieli wybrać jeden tytuł zwycięski dla każdej z kategorii. Redakcja wyrażała przy tym nadzieję, że „dzięki konkursowi polscy czytelnicy będą jeszcze chętniej sięgali po książki z najwyższej półki”²⁶⁸. Z wyłonionych w ten sposób 15 propozycji czytelnicy pisma mogli wybrać w plebiscycie jedną, którą uznali za najważniejsze wydarzenie w 2002 r. Listę nominowanych książek zamieszczono w numerze 15 (2003)²⁶⁹.

Prezentując pierwszych laureatów, redakcja pisała:

Uważamy, że tak, jak powstają listy pozycji literatury pięknej, których znajomość to dla wykształconego człowieka prawdziwy obowiązek, tak samo winniśmy stworzyć listę książek literatury faktu, które trzeba poznać²⁷⁰.

również wzmianki oraz notki informacyjne dotyczące spotkań, organizowanych przez „Newsweek Polska”, takich jak np. *Antysalon czy Rozmowy Piotra Bratkowskiego* (obydwie inicjatywy opisane zostały wcześniej).

²⁶⁷ „Newsweek Polska” 2003, nr 4, s. [67].

²⁶⁸ [br. aut.], *Podporiusz*, „Newsweek Polska” 2003, nr 5, s. 6.

²⁶⁹ [br. aut.], *Podporiusz 2003*, „Newsweek Polska” 2003, nr 15, s. 106–[107].

²⁷⁰ W. Kot, *Fascynujące wciągające prawdziwe* [pis. oryg.], „Newsweek Polska” 2003, nr 21, s. 84–87.

Finalistom wręczano statuetki *Podporiusza* oraz nagrody pieniężne ufundowane przez wydawcę tygodnika, Axel Springer Polska. Zdobywca Grand Prix otrzymywał 40 tys. zł, zaś zwycięzcy w poszczególnych kategoriach po 20 tys. zł, natomiast zwycięstwo w plebiscycie czytelników miało charakter honorowy. W numerze, w którym ogłoszono zwycięzców 2. edycji konkursu²⁷¹, zamieszczano także list Marka Belki, ówczesnego prezesa Rady Ministrów, który gratulował i jednocześnie chwalił inicjatywę pisma, podkreślając, że *Podporiusz* jest symbolem wysokiego poziomu nominowanych książek. W tabeli 35 zaprezentowano laureatów konkursu w latach 2003–2004²⁷².

Tabela 35. Laureaci konkursu literackiego *Podporiusz*

Rok, w którym przyznano nagrodę	Kategoria	Nazwisko laureata	Tytuł nagrodzonej publikacji
2003	Wydarzenia	Ryszard Kapuściński	<i>Lapidarium V</i> (Czytelnik)
	Ludzie i jednocześnie Grand Prix	Anna Sobolewska	<i>Cela. Odpowiedź na zespół Downa</i> (Wydawnictwo W.A.B.)
	Nauka	Władysław Kopaliński	<i>Leksykon wątków miłosnych</i> (Muza SA)
	Nagroda Czytelników	Wojciech Jagielski	<i>Modlitwa o deszcz</i> (Wydawnictwo W.A.B.)
2004	Wydarzenia	Andrzej Friszke	<i>Polska. Losy państwa i narodu 1939–1989</i> (Iskry)
	Ludzie	Hanna Świda-Ziembra	<i>Urwany lot. Pokolenie inteligentnej młodzieży powojennej w świetle listów i pamiętników z lat 1945–1948</i> (Wydawnictwo Literackie)
	Nauka i Grand Prix	Zygmunt Kubiak	<i>Piękno i gorycz Europy. Dzieje Greków i Rzymian</i> (Świat Książki)
	Nagroda Czytelników	Ryszard Kapuściński	<i>Autoportret reportera</i> ^a (Społeczny Instytut Wydawniczy Znak)

^a W tym przypadku autor odmówił przyjęcia nagrody, co było konsekwencją zamieszczenia w tygodniku wspomnianego wcześniej artykułu *Żydzi odbierają swoje*.

Źródło: „Newsweek Polska” 2003–2004.

²⁷¹ P. Bratkowski, *Nasze skarby, nasze blizny*, „Newsweek Polska” 2004, nr 22, s. 90–[93].

²⁷² W 2005 r. zabrakło informacji na ten temat.

Niestety, pismo nie mogło poszczycić się innymi tego typu inicjatywami, związanymi z książką. Pozostałe propozycje były tylko pośrednio związane z literaturą, co więcej, miały charakter jednorazowy.

Jednym z pomysłów był trwający przez kilka miesięcy na przełomie 2004/2005 r. projekt, realizowany w ramach *Programu Edukacyjnego*, adresowany do gimnazjów i liceów, a zatytułowany *Kto ty jesteś?* Uczniowie mogli nadsyłać na adres periodyku swoje prace, w których w formie eseju, albumu lub prezentacji multimedialnej odpowiadałoby na pytanie, co oznacza dla nich bycie Polakiem. Do przygotowania konkursowej pracy mogły posłużyć, jak sugerowali organizatorzy, teksty, drukowane na łamach pisma, w bloku tematycznym *Jacy jesteśmy – Polacy 2005*. Odpowiedzią było ponad 100 prac, nadesłanych z różnych szkół z całej Polski. Autorzy najciekawszych zostali zaproszeni do redakcji pisma.

Warto wspomnieć o inicjatywie redakcji tygodnika, realizowanej w 2005 r. W lipcu tego roku rozpoczęto na łamach pisma druk cyklu opowiadań, jakich „jeszcze nie było”. Pomysł nazwano *Wszystkie dni lata*²⁷³. Redakcja zwróciła się do dziewięciorga wybranych pisarzy polskich, by ci napisali opowiadanie, którego akcja toczyłaby się w czasach współczesnych, na plaży, a bohaterami byłoby dwoje ludzi. Opowiadania, najpierw zamieszczone na łamach pisma w jego kolejnych dziewięciu numerach, zostały następnie wydane w postaci książki przez Wydawnictwo W.A.B. wspólnie z Axel Springer Polska. Zgodnie z zamierzeniem redakcji opowiadania miały być „panoramą współczesnej polskiej prozy miłosnej. I lekturą obowiązkową dla wszystkich, którzy kochają. Nie tylko literaturę”²⁷⁴. Cykl rozpoczął Wojciech Kuczok opowiadaniem *Klapki (z zielonymi motylkami)*, następnie czytelnicy poznali kolejno opowiadania: Włodzimierza Kowalewskiego: *Brzydki człowiek*, Rafała A. Ziemkiewicza: *Południca*, Marii Nurowskiej: *Długi letni dzień*, Pawła Huelle²⁷⁵: *Pierwsze lato*, Izabeli Sowy: *Wtorek, po sezonie*, Stefana Chwina: *Opowiadanie o miłości*, Krystyny Kofty: *Królowa fryzjerek*, Sławomira Shuty: *Stereotyp*. Każde z opowiadań, drukowane w dziale *Kultura*, zajmowało zazwyczaj cztery strony. Na pierwszej z nich zamieszczano zdjęcie autora wraz z krótką notką na jego temat, całość uzupełniona była rysunkiem.

Warto jeszcze wspomnieć o interesującym pomysle, jaki przedstawiono czytelnikom z okazji zbliżającego się Dnia św. Walentego w 2005 r. Zaproponowano nietypowy prezent dla osoby bliskiej: podróż szlakiem wybra-

²⁷³ Nawiązując tym samym częściowo do filmu T. Konwickiego *Ostatni dzień lata*.

²⁷⁴ [br. aut.], *Wszystkie dni lata*, „Newsweek Polska” 2005, nr 27, s. 95.

²⁷⁵ Temu opowiadaniu pomyłkowo przypisano numer czwarty, gdy faktycznie było piąte w kolejności.

nych bohaterów romansów. Zachęcano do zwiedzenia Werony i domu Capulettich, Paryża i spaceru bulwarem Saint Germain des Prés. Czytelnikom prozy Milana Kundery proponowano podróż do Pragi, zaś tym, którzy poznali *Kronikę wypadków miłosnych* T. Konwickiego, wyprawę do Wilna. Miłośnikom Konstantego I. Gałczyńskiego wskazywano Leśniczówkę Pranie jako cel romantycznej wyprawy²⁷⁶.

O kilku przedsięwzięciach w tygodniku informowano czytelników bądź w formie krótkich notek, bądź też w postaci reklam. I tak na przykład, w 2002 r. pojawiło się ogłoszenie Stowarzyszenia Producentów i Dystrybutorów Sprzętu Medycznego, w którym organizatorzy ogłaszali konkurs na przedstawienie w formie pisemnej pracy na temat *Jak zlikwidować lub zmniejszyć zadłużenie Zakładów Opieki Zdrowotnej?* Nagrodą dla dwóch najciekawszych rozwiązań miały być nagrody finansowe w wysokości 8000 zł oraz przekazanie nagrodzonej pracy ministrowi zdrowia²⁷⁷.

W piśmie zamieszczano również, o czym wspomniano wyżej, zaproszenia bądź tylko informacje o spotkaniach z autorami, wystawach lub festiwalach, związanych z książką. Informowano na przykład o 5. zjeździe literatów, odbywającym się w ramach Festiwalu Literackiego „Warszawa pisarzy”, w Centrum Sztuki Współczesnej w Zamku Ujazdowskim w Warszawie czy o wystawie dla dzieci, inspirowanej książką Burnett F. Hodgson *Tajemniczy ogród*.

Warto przytoczyć kilka przykładów tytułów tekstów czy choćby tylko notek związanych z literaturą, jako że wiele z nich przyciągało wzrok czytelnika swą oryginalnością²⁷⁸: *Chwila, w której otwiera się dłoń, Cywilizacja pamięci, Książka jak lustro, Literacki spekulant, Mieć to coś, Nie czytałeś, to posłuchaj, Obnażanie Szekspira, Od pszczołki do komara, Piraci zarzucają sieć, Pisarz objazdowy, Potter gwiazdą biznesu, Przyjaciel Matołka, Robot bibliotekarz, Szekspir też była kobietą, Tuwim zabroniony, Wielka komedia małych świństw, Witajcie w ciężkich czasach!, Wojna słoni z myszkami, Zacytani jak nigdy, Zatargi i przyjemności, Żeby zobaczyć pijawki.*

²⁷⁶ [br. aut.], *Walentyńkowe pejzaże*, „Newsweek Polska” 2005, nr 6, s. 6.

²⁷⁷ Zob. np. „Newsweek Polska” 2002, nr 15, s. [23].

²⁷⁸ Kolejno: „Newsweek Polska” 2005, nr 19, s. 100; 2001, nr 9, s. 92–93; 2004, nr 41, s. 41; 2005, nr 16, s. 106–[109]; 2002, nr 28, s. [76]–83; 2005, nr 3, s. [106]–107; 2003, nr 31, s. 88–90; 2004, nr 29, s. 64; 2002, nr 49, s. 16–[17]; 2005, nr 14, s. [111]; 2003, nr 29, s. 9; 2005, nr 17, s. [9]; 2004, nr 30, s. [77]; nr 27, s. 110; 2003, nr 6, s. [95]; 2002, nr 7, s. 104–105; nr 6, s. 106; 2004, nr 1, s. [74]–77; 2005, nr 20, s. [97]; nr 22, s. 111; 2001, nr 15, s. [98]–101; 2005, nr 3, s. 98–100.

2.4.4. *Lepsza twarz mediów*²⁷⁹. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Na łamach „Newsweek Polska” pojawiło się 207 informacji związanych z prasą i środowiskiem dziennikarskim. Miały one formę zarówno dłuższych artykułów, jak i krótszych komentarzy oraz wzmianek (zob. Aneks 27. Wybór tekstów poświęconych rynkowi prasowemu na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005).

Dłuższe (zajmujące średnio jedną stronę) teksty zamieszczano zazwyczaj w ramach działu *Społeczeństwo*, w sporadycznie pojawiającej się rubryce *Media* lub na stronach związanych z kwestiami biznesowymi. Natomiast krótkie notki, wzmianki o charakterze informacyjnym, pojawiały się zazwyczaj w ramach *Peryskopu* lub *Jupitera*.

Czytelnicy dowiedzieli się na przykład, że 15% rodaków nie ma zaufania do prasy, 69% Polaków uważa, że dziennikarze są dociekliwi, zaś niewiele mniej, bo 62% jest zdania, że dziennikarze są uczciwi. Bez wątpienia do ciekawostek zaliczyć można również informację, że największa na świecie reklama prasowa liczyła sobie 68 stron, a ukazała się w „New York Timesie”. Jednak nie tylko tego typu informacje pojawiały się w tygodniku.

W 2002 r. pisano o postępującej recesji w prasie, zwolnieniach dziennikarzy i bankructwie poszczególnych tytułów²⁸⁰, a rok później o planach rządu, zakładających nałożenie podatku na książki i prasę²⁸¹. W tygodniku zamieszczono wówczas kilkunastozdaniową informację, w której przestrzegano przed takim posunięciem. Mogłoby ono bowiem, jak twierdzono, spowodować spadek sprzedaży prasy i książek i wpłynąć na obniżenie (i tak już niewielkiego) poziomu czytelnictwa. Na łamach periodyku włączono się również w akcję protestacyjną przeciwko tym planom, zamieszczając m.in. reklamy o określonej wymowie, znane także czytelnikom „Polityki” i „Wprost”.

W ciągu badanych 5 lat na łamach tygodnika pojawiło się wiele tekstów, prezentujących wybrane typy prasy. Przedstawiono na przykład tzw. magazyny lifestylowe, w których „zakres tematyczny wyznaczają moda, sztuka i kultura”²⁸², adresowane do „zblazowanych mieszczuchów”²⁸³. Pisano również o tabloidach zarówno w formie zapowiedzi nowego tytułu²⁸⁴, jak i zabawnej notki, opisującej „wojnę” pomiędzy „Super Expressem” a „Faktem”²⁸⁵. Czytelnik „Newsweek Polska” mógł dowiedzieć się także, jak

²⁷⁹ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Newsweek Polska” 2002, nr 14, s. 94.

²⁸⁰ [br. aut.], *Gazety na diecie*, „Newsweek Polska” 2002, nr 50, s. 2.

²⁸¹ D. Stasik, *VAT-owanie czytelnika*, „Newsweek Polska” 2003, nr 51/52, s. [7].

²⁸² A. M. Kowalewska, *Czy elita to czyta?* „Newsweek Polska” 2003, nr 35, s. 65.

²⁸³ *Ibidem*.

²⁸⁴ J. Romanowicz, *Fakt mówi za siebie*, „Newsweek Polska” 2003, nr 42, s. 20–[21].

²⁸⁵ P. Szaniawski, *Zabawa w ciepło-zimno*, „Newsweek Polska” 2004, nr 39, s. 9.

prezentuje się zarówno współczesna prasa kobieca²⁸⁶, młodzieżowa²⁸⁷, jak i sportowa²⁸⁸ czy wojskowa²⁸⁹. Pojawił się również tekst o pismach wirtualnych, istniejących wyłącznie w Internecie²⁹⁰, a także o nowym zjawisku na rynku, jakim stały się tygodniki telewizyjne, wydawane przez supermarkety²⁹¹.

W kilku przypadkach prezentowano wybrane tytuły, zawsze w kontekście określonych wydarzeń z nimi związanych. I tak na przykład kilkakrotnie pisano o dzienniku „Rzeczpospolita”, przeważnie w aspekcie sporów, jakie toczyły się wówczas pomiędzy udziałowcami spółki Presspublica, wydającej tytuł²⁹². Wspominano również o kłopotach innych pism, m.in. dziennika „Życie”²⁹³. W formie kilkuzdaniowych notek (czasem zabawnych lub ironicznych) pojawiały się informacje dotyczące takich czasopism jak na przykład „Machina”²⁹⁴, „Ozon”²⁹⁵, „Votre Beauté”²⁹⁶. Pisano też o wybranych dziennikarzach, na przykład o Adamie Michniku²⁹⁷ czy Bronisławie Wildsteinie²⁹⁸.

Na łamach pisma kilkakrotnie poruszano również kwestię zagranicznych mediów, na przykład irackich²⁹⁹ czy białoruskich³⁰⁰.

Większość z tych informacji, niezależnie od formy, miała interesujące tytuły. Oto kilka wybranych przykładów³⁰¹: *Chłapanie wielorybów*, *Ciężki kawałek prasy*, *Człowiek, co się Agorze nie kłaniał*, *Czwarta władza powiatowo-*

²⁸⁶ A. Więcka, *Reanimacja starszej pani*, „Newsweek Polska” 2002, nr 8, s. 90–91.

²⁸⁷ A. Więcka, *Test dla dziewczycy*, „Newsweek Polska” 2002, nr 30, s. 63; eadem, *Poeci marketingu*, *ibidem*, 2001, nr 13, s. 106–107; o prasie dziecięco-młodzieżowej: J. Romanowicz, *Lep na maolata*, *ibidem*, 2004, nr 44, s. 74.

²⁸⁸ J. Romanowicz, *O sporcie bez sensacji*, „Newsweek Polska” 2004, nr 17, s. 90–[91].

²⁸⁹ J. Mielnik, *Czytaj fachowców*, „Newsweek Polska” 2001, nr 8, s. 94.

²⁹⁰ A. Więcka, *Czytelnik, czyli dziennikarz*, „Newsweek Polska” 2002, nr 3, s. 94.

²⁹¹ J. Romanowicz, *Nagły atak zza węgła*, „Newsweek Polska” 2003, nr 31, s. 83.

²⁹² Zob. np. Z. Wojtkowska, *Rzeczpospolita obojga współników*, „Newsweek Polska” 2001, nr 13, s. 108.

²⁹³ Zob. np. M. Łukaszewicz, *Szkoda „Życia”*, „Newsweek Polska” 2002, nr 25, s. 96; [br. aut.], *Łamy przeprosin*, *ibidem*, 2003, nr 19, s. 8.

²⁹⁴ J. R., *„Machina” w okopach*, „Newsweek Polska” 2002, nr 3, s. 111.

²⁹⁵ PER, *Jak trwoga, to do Boga*, „Newsweek Polska” 2005, nr 37, s. [9].

²⁹⁶ Vio., *Przerwa na urodę*, „Newsweek Polska” 2002, nr 10, s. [111].

²⁹⁷ M. Karnowski, P. Zaremba, *Koniec świata Redaktora*, „Newsweek Polska” 2005, nr 17, s. 24–30.

²⁹⁸ P. Zaremba, *Człowiek, który się teczkom nie kłaniał*, „Newsweek Polska” 2005, nr 5, s. 24–26.

²⁹⁹ W. Rogacin, *Kamera nie kłamie*, „Newsweek Polska” 2003, nr 33, s. 52–54.

³⁰⁰ M. Kaciewicz, *Kneblowanie prasy*, „Newsweek Polska” 2002, nr 16, s. 74.

³⁰¹ Kolejno: „Newsweek Polska” 2004, nr 22, s. 6; 2005, nr 41, s. 94–[95]; 2002, nr 33, s. 20–24; nr 26, s. 94–95; nr 3, s. 94; nr 51/52, s. 181; 2003, nr 42, s. 20–[21]; 2002, nr 50, s. 2; 2003, nr 19, s. 59; 2004, nr 44, s. 74; 2005, nr 33, s. 6; 2002, nr 7, s. [110]; 2001, nr 1, s. 88–89; 2004, nr 29, s. 36–[37]; 2002, nr 9, s. 92–93; 2003, nr 32, s. 84–85; nr 12, s. [43]; 2005, nr 26, s. 100.

wa, *Czytelnik, czyli dziennikarz, Elektroniczny papier, Fakt mówi za siebie, Gazety na diecie, Kto ma sieć, ma wszystko, Lep na małolata, Łowcy tytułów, Moda i morświny, Nowe szaty naszych gazet, O dwóch takich, co kupili gazetę, Prasa gra i śpiewa, Siła rażenia brukowców, Wojna na słowa, Żurnaliści i blogerzy.*

Warto zaznaczyć, że (poza nielicznymi wyjątkami³⁰²) „Newsweek Polska” nie atakował na swoich łamach konkurentów, jak to czynił choćby tygodnik „Wprost” w stosunku przede wszystkim do „Polityki”.

Oddzielną grupę, o której trzeba wspomnieć, stanowiły reklamy i auto-reklamy związane z prasą. W 567 ogłoszeniach pojawiło się 39 tytułów gazet i czasopism, wśród których najwięcej było pism wydawanych przez Axel Springer Polska. Zachęcano m.in. do kupna takich periodyków, jak „Auto Świat”, „Fakt”, „Komputer Świat”, „Na żywo” i „Oliwia”. Do czytelników trafiały również reklamy tytułów, znane z łamów „Polityki” czy „Wprost”, jak choćby anons reklamujący „Gazetę Prawną”, „Gazetę Wyborczą” oraz dodatki doń (m.in. „Duży Format” i „Turystykę”), „Puls Biznesu”, „Rzeczpospolitą”. Kilkakrotnie pojawiły się reklamy periodyków dla kobiet: „Twojego Stylu”, „Vivy!” i „Zwierciadła”. Zamieszczano je w całym tygodniku, większość z nich miała postać niewielkich pod względem rozmiaru modułów, przeważnie umieszczanych u dołu strony, na całej jej szerokości. Rzadko zdarzały się tak interesujące pomysły na reklamę tytułu, jak w przypadku „Super Expressu”, gdzie anons zachęcający do sięgnięcia po tę gazetę pojawił się na trzech stronach, za każdym razem przykuwając wzrok odbiorcy ciekawym hasłem (zdjęcia 69–71).



Zdjęcie 69. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2003, nr 45, s. [59]

³⁰² Zob. np. B. Mazur, *Król koło dworu prezydenta*, „Newsweek Polska” 2005, nr 21, s. 5.



Zdjęcie 70. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2003, nr 45, s. [61]



Zdjęcie 71. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2003, nr 45, s. [63]

Czytelnik musiał chwilę zatrzymać się nad tymi ogłoszeniami, by zrozumieć sens pojawiających się w każdym z nich haseł reklamowych i odnieść je do zamieszczonych zdjęć.

W ostatnich miesiącach danego roku pojawiały się anonse, przypominające o zamówieniu prenumeraty na reklamowane tytuły. Wyraźne, a zarazem interesujące ogłoszenia zamieszczał wydawca dziennika „Rzeczpospolita”(zdjęcie 72).

Szanowni Państwo,
Zachęcamy Państwa do prenumeraty
„Rzeczpospolitej” na 2004 rok.
Oferujemy wysokiej jakości produkt,
a także zniżki i wartościowe upominki.

RZECZPOSPOLITA

Prenumerata 2004

- 1. miesiąc gratis**
Prenumeratory zamawiający na cały rok 2004 płacą tylko za 11 miesięcy
- 2. cena niższa niż w kiosku**
Prenumeratory nie płacą dodatkowo za załączane do gazety dodatki (płyty CD, Videomeczum Rzeczpospolitej)
- 3. atrakcyjne prezenty**
Dla prenumeratorów, którzy zamówią prenumeratę przynajmniej na pierwszy kwartał 2004

słownik Longmana

praktyczny agregator do gromadzenia dodatków „Rzeczpospolitej”

szczegóły promocji codziennie w „Rzeczpospolitej” i na stronie www.rzeczpospolita.pl/prenumerata
dodatkowe informacje:
0 801 15 15 15

Zdjęcie 72. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”
„Newsweek Polska” 2003, nr 46, s. [87]

W tym przypadku uwagę czytelnika zwracał nie tylko bezpośredni zwrot („Szanowni Państwo”), ale możliwość rabatów i szansa na prezenty, jeśli tylko zdecyduje się on na zamówienie prenumeraty.

W „Newsweek Polska” nie zapomniano o autopromocji. Nie oszczędzając miejsca, zamieszczano na łamach tygodnika autoreklamę wszystkich tytułów należących do wydawcy Axel Springer Polska. Te anonse zajmowały zazwyczaj całą stronę, odznaczały się jaskrawymi kolorami i dopracowaną grafiką, zwieńczoną hasłami, zachęcającymi do kupna tytułu. Oto kilka przykładów – zdjęcia 73–75 (zob. s. 289).

Elementem zwracającym uwagę było za każdym razem mniej lub bardziej rozbudowane hasło, które wzbudzało zainteresowanie odbiorcy. Musiał on zatrzymać się na chwilę, żeby przeczytać zamieszczone przez wydawcę wyjaśnienie. W przypadku promocji dziennika, za każdym razem intrygujące stwierdzenie dotyczyło innego „faktu”: odbiorcy reklamowanej gazety nie zmywają naczyń, ponieważ posiadają zmywarke, dzięki czemu stają się ważną grupą docelową dla potencjalnych reklamodawców.



Zdjęcie 73. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2003, nr 36, s. [44]



Zdjęcie 74. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2004, nr 7, s. [85]



Zdjęcie 75. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska” „Newsweek Polska” 2004, nr 32, s. [90]

Niektóre z anonsów pojawiały się na łamach „Newsweek Polska” w takiej samej lub zbliżonej formie, w jakiej zamieszczano je w tygodnikach „Polityka” i „Wprost”. Tak było choćby w przypadku „Gazety Prawnej” czy dodatków do „Gazety Wyborczej” („Gazeta Praca”³⁰³ czy „Turystyka”³⁰⁴).

Podobnie było w odniesieniu do wspomnianej akcji, w której wydawcy prasy protestowali przeciwko nałożeniu podatku VAT na gazety i czasopiśma. Anons protestacyjny przybrał i tu taką samą postać³⁰⁵.

Analiza niemal pięciu roczników „Newsweek Polska” pozwoliła na sformułowanie kilku interesujących wniosków. Pomimo deklarowanego od początku przez redakcję zainteresowania kulturą, informacji na jej temat na łamach pisma nie było dużo, szczególnie w porównaniu z dwoma największymi konkurentami periodyku: tygodnikami „Polityka” i „Wprost”. Szczególnie uderzająca była mała grupa ogłoszeń wydawniczych oraz wywiadów z twórcami. Poza wartościowym przedsięwzięciem w postaci opisanego konkursu *Podporiusz*, tygodnik nie inicjował innych tego typu akcji, nie szczególnie również wspierając podobne inicjatywy. Podobnie jak w przypadku Spółdzielni Pracy „Polityka” i AWR „Wprost”, Axel Springer wydawał własne książki i serie, nie były to jednak pozycje sygnowane tytułem „Newsweek Polska”. Zaprezentowane formy informacji o książce nierzadko przenikały się nawzajem. Analiza periodyku wykazała, że najczęściej było tak w przypadku recenzji, portretów osób związanych z literaturą i tekstów jej poświęconych. Omawiając i proponując czytelnikom pisma wybrany tytuł, recenzent nierzadko pisał o życiu i twórczości jego autora. I odwrotnie: opisując sylwetkę wybranego twórcy, zawsze sięgano do książek jego autorstwa, wspominając o nich choćby tylko jednym zdaniem. W. Kot stwierdził:

Zakładaliśmy, że nasz czytelnik jest konsumentem kultury w jej paśmie środkowym. Nie interesują go awangardy, ani kultura szczególnie wysoka, ale też lubi sytuować swoje zainteresowania powyżej kultury pop. Stąd wybory książek uznanych za wydarzenia literackie, ale nie szczególnie trudnych w odbiorze i skupionych raczej na problemach społecznych czy obyczajowych niż na kwestiach ściśle artystycznych. Poza tym sięgaliśmy często po książki ze świata, otwierając czytelnikowi oczy na zjawiska literackie, którymi interesowała się światowa publiczność, dając mu możliwość uczestniczenia w światowym dyskursie. Zasady te obowiązywały w całym piśmie i odnosiły się zarówno do kultury, jak i gospodarki³⁰⁶.

³⁰³ Zob. np. „Newsweek Polska” 2003, nr 38, s. [69].

³⁰⁴ Zob. np. „Newsweek Polska” 2003, nr 47, s. [83].

³⁰⁵ Zob. np. „Newsweek Polska” 2004, nr 5, s. [21].

³⁰⁶ Informacje uzyskane dzięki korespondencji z W. Kotem.

2.5. „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”: więcej opinii¹ - wnioski porównawcze

Każdy z przedstawionych tytułów wyrósł na gruncie innej historii, która wpłynęła na jego dzisiejszy kształt i charakter. Największy pod tym względem багаż zdaje się dźwigać tygodnik „Polityka”, przez szereg lat po 1989 r. (mimo starań redakcji, by to zmienić) nosząc na sobie piętno pisma postkomunistycznego. „Wprost” to z kolei przykład periodyku lokalnego, któremu udało się zaistnieć (i przetrwać) na arenie ogólnopolskiej. I wreszcie trzeci tytuł, „Newsweek Polska”, o znanej marce, który wniósł na rynek prasowy innowacyjne metody pracy redakcyjnej, oparte na doświadczeniach amerykańskich oraz nowy sposób redagowania tekstów. Jak pisała Karolina Prewęcka, pojawienie się tego pisma spowodowało w segmencie tygodników opinii „twórczy doping”², szczególnie w odniesieniu do Spółdzielni Pracy „Polityka” oraz Agencji Wydawniczo-Reklamowej „Wprost”, które wprowadziły zmiany w wydawanych przez siebie tytułach i wyraźniej zaangażowały się w działania o charakterze autopromocyjnym.

Zawartość każdego z periodyków była w badanym okresie podobna, dotyczyła zagadnień związanych z polityką, gospodarką i kulturą w Polsce i na świecie. Tygodnik „Wprost” najbardziej spośród trzech przedstawionych tytułów zainteresowany był nowościami technologicznymi, promując różnorodne rozwiązania w tych dziedzinach, co bezpośrednio przekładało się na rozbudowany adekwatny dział w piśmie oraz wykorzystanie możliwości interaktywnych przy kształtowaniu wizerunku tytułu w Internecie.

Wyraźniejsze różnice pomiędzy przedstawionymi periodykami następowały na poziomie formy przekazu. Sposób prezentowania informacji w tygodniku „Newsweek Polska” był dostosowany do wymagań młodszego odbiorcy. Na łamach tego pisma zamieszczano wiele infografik, a prezentowane treści miały charakter bardziej (w porównaniu z dwoma pozostałymi tytułami) skondensowany.

Każdy z tygodników inicjował bądź wspierał w badanym okresie różnorodne przedsięwzięcia, organizował spotkania, wydawał dodatki specjalne i przygotowywał rankingi, przy czym niektóre z publikowanych zestawień miały zbliżony do siebie charakter (przykładem może tu być *Ranking szkół wyższych* czy *Ranking szpitali*). Każdy z periodyków nawiązał współpracę z innymi mediami (przeważnie wybranymi stacjami radiowymi i telewizyjnymi), z którymi przygotowywał programy lub współorganizował rozmaite akcje.

¹ Tytuł publikacji, która ukazała się przed wydaniem pierwszego numeru tygodnika „Newsweek Polska”. Zob. K. Prewęcka, *Więcej opinii*, „Media i Marketing Polska” 2001, nr 16, s. 9.

² K. Prewęcka, *Twórczy doping*, „Media i Marketing Polska” 2001, nr 21, s. 26.

Każdy z tygodników był wielokrotnie nagradzany. Doceniano zarówno wydawców, jak i poszczególnych dziennikarzy. Warto zatrzymać się na chwilę przy kwestii współpracowników omawianych pism. Starano się pozyskać znane nazwiska; stąd na łamach „Polityki” pojawiały się felietony m.in. Zygmunta Kałużyńskiego, Jerzego Pilcha czy Krzysztofa Zanussiego. Na łamach „Wprost” drukowano teksty Małgorzaty Domagalik, Krzysztofa Skiby, Bronisława Wildsteina, a także Zygmunta Kałużyńskiego i Tomasza Raczka. Kiedy na rynku pojawił się „Newsweek Polska”, tajemnicą poliszynela stał się fakt, że wydawca tego tygodnika przejmuje dziennikarzy z innych redakcji³. W ten sposób do pisma przeszli m.in. Wiesław Kot i Kamil Śmiałkowski. Na łamach tego periodyku swoje felietony zamieszczał również Piotr Bratkowski, Wojciech Kuczok, Szymon Hołownia i Rafał A. Ziemkiewicz.

W ciągu 5 lat każdy z tytułów kilkakrotnie zmieniał swą formę graficzną, proponował nowe rubryki, a likwidował inne. Kwestie, związane z tematyką pracy, w każdym z nich odnajdywały swe miejsce w ramach działu, nazwanego w trzech przypadkach tak samo: *Kultura*. Dział ten na łamach „Polityki” drukowany był w środkowej części numeru, natomiast w przypadku dwóch kolejnych tytułów zamykał każde wydanie. Interesujące wydaje się podobieństwo, które można zaobserwować w strukturze działu: otóż w każdym z omawianych tytułów w ramach *Kultury* pojawiały się podobne w formie rubryki: *Afisz* („Polityka”), *Menu* („Wprost”) i *Jupiter* („Newsweek Polska”), będące tygodniowym przeglądem najważniejszych (według redakcji) wydarzeń związanych z literaturą, filmem, teatrem, kinem, sztuką i muzyką. O ile w pierwszym i trzecim przypadku anonsowały one cały dział, o tyle na łamach „Wprost” były elementem, który go zamykał. Pozostałą część działu stanowiły dłuższe teksty, komentujące lub tylko prezentujące wybrane wydarzenie bądź postać, związaną ze światem kultury.

Jak w kontekście zbliżonych funkcji, określonych w definicji tego typu pism, a także celów, jakie stawiała sobie każda redakcja, wyglądała informacja o książce na łamach każdego z badanych periodyków? Poniższa tabela przedstawia pierwsze różnice, wynikające z zebranych danych statystycznych:

³ Przypomnijmy, że sam redaktor naczelny „Newsweek Polska”, T. Wróblewski, był wcześniej współpracownikiem tygodnika „Wprost”.

Tabela 36. Porównanie liczby informacji o książce na łamach tygodników „Polityka”, „Wprost” i „Newsweek Polska”

Rodzaj informacji	„Polityka”	„Wprost”	„Newsweek Polska”
Recenzje	792	725	520
Wywiady	97	46	26
Reklamy książek	696	573	187
Sylwetki/portrety	113	68	40
Listy bestsellerów	12	181	135
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje	121	136	162
Konkursy i akcje	49	35	92
Artykuły, poświęcone sprawom książki	296	240	169
Listy czytelników	58	51	23
Inne ^a	447	288	174

^a W tej grupie znalazły się informacje, zazwyczaj w postaci notek prasowych, informujących o wydarzeniach lub ludziach pośrednio bądź bezpośrednio związanych z książką.

Źródło: badania własne.

Dane statystyczne wskazują na wyraźną przewagę tygodnika „Polityka” w zamieszczaniu materiałów o książce. W periodyku zrecenzowano największą liczbę książek, przeprowadzono najwięcej wywiadów, zaprezentowano też najwięcej sylwetek osób, związanych ze światem kultury, głównie literatury. Zorganizowano bądź patronowano największej liczbie konkursów i akcji, związanych z książką, a zainteresowanie kwestiami literatury i rynku wydawniczo-księgarskiego znalazło swój wyraz w największej w porównaniu z pozostałymi dwoma tytułami liczbie publikacji. Czytelnicy pisma okazali się najbardziej aktywni, jeśli chodzi o reakcję na czytane teksty, co znalazło swoje odzwierciedlenie w liczbie listów, komentujących wybrane artykuły, dotyczące interesującej nas problematyki. Także wydawcy książek uznali łamy „Polityki” za najbardziej korzystne do promocji swojej oferty. Czytelnicy pisma mieli jednak bardzo rzadko okazję ku temu, by poznać listy najlepiej sprzedających się książek. Podobnie nieczęsto (w porównaniu z dwoma pozostałymi tytułami) pojawiały się teksty dotyczące ekranizacji czy inscenizacji znanych utworów.

Drugi tygodnik, „Wprost”, w niewielkim stopniu ustępował swojemu rywalowi, przynajmniej w odniesieniu do omówień książek i tekstów komentujących kondycję współczesnego świata literatury. Najczęściej natomiast prezentował swoim czytelnikom listy bestsellerów.

Najsłabiej na tym tle wypadł ostatni z zaprezentowanych periodyków, „Newsweek Polska”. Fakt mniejszej liczby wszystkich analizowanych numerów tego pisma, wynikający z tego, że pojawił się on na rynku praso-

wym dopiero we wrześniu 2001 r., nie powinien zasadniczo zmieniać stwierdzenia, że pismo to, pomimo deklarowanych założeń („Nie ma dziedziny życia, której nie podejmowałyby >Newsweek<: od polityki przez ekonomię i trendy społeczne po szeroki zakres problematyki naukowej i wnikliwe analizy kulturalne”⁴), wypadło najgorzej w porównaniu z dwoma konkurentami. Potwierdziła to średnia tego typu publikacji, przypadająca na jeden numer, przedstawiona w tabeli 37.

Tabela 37. Średnia liczby informacji, przypadająca na 1 numer^a

Rodzaj informacji	„Polityka” (256 numerów)	„Wprost” (256 numerów)	„Newsweek Polska” (220 numerów)
Recenzje	3,09	2,64	2,3
Wywiady	0,37	0,17	0,11
Reklamy książek	2,71	2,25	0,85
Artykuły	1,8	1,55	1,8
Inne	1,71	1,29	0,92

^a Pominięto pozostałe kategorie, jako że liczby w tych przypadkach były zbyt małe. Ponadto, bardziej szczegółowo omówiono różnice i podobieństwa w przypadku recenzji, wywiadów, ogłoszeń wydawniczych, reklam oraz publikacji dotyczących książki na łamach badanych tygodników.

Źródło: badania własne.

Jak wynika z obliczeń, średnio na jeden numer „Polityki” przypadały trzy **recenzje**, w przypadku „Wprost” i „Newsweek Polska” było ich dwie. Widać również różnicę w przygotowaniu omówień od strony formalnej. Jak wykazała analiza, największym profesjonalizmem w tym względzie mógł poszczycić się tygodnik „Polityka”, gdzie w większości przypadków pamiętano o potrzebnych do identyfikacji książki elementach, takich jak jej autor, tytuł, miejsce wydania, nazwa wydawcy i rok, w którym tytuł ukazał się na rynku. W przypadku książki autora obcego, podawano także (przeważnie) nazwisko tłumacza. Natomiast najbardziej niedbały okazał się pod tym względem tygodnik „Wprost”. Jak już pisano wcześniej, często przy recenzjach brakowało podstawowych informacji bibliograficznych, szczególnie przy tych, które drukowano w ramach *Menu*.

Czy recenzowane książki tworzyły spójny, zbieżny dla trzech tygodników kanon? Czy można wyodrębnić wspólny mianownik proponowanych lektur? Czy do odbiorcy zarówno „Polityki”, czytelnika „Wprost”, jak i adresata „Newsweek Polska” trafiały podobne książki? Czy ewentualne preferencje były takie same choćby dla dwóch z trzech omawianych periodyków? Którzy autorzy okazali się wspólni zarówno dla „Polityki”, „Wprost”

⁴ www.newsweek.pl, 10 października 2011.

i „Newsweeka”? Wśród tych, których książki recenzowano na łamach trzech tygodników, znalazło się 59 nazwisk (zob. Aneks 28. Wspólni dla tygodników „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska” autorzy recenzowanych książek w latach 2001–2005), m.in. byli to: Janusz Anderman, Anne Applebaum, Paul Auster, Dan Brown, Stefan Chwin, Harlan Coben, John M. Coetzee, Michael Cunningham, Norman Davies, Umberto Eco, Helen Fielding, Janusz Głowacki, Manuela Gretkowska, John Grisham, Katarzyna Grochola, Henryk Grynberg, Nick Hornby, Michel Houellebecq, Bohumil Hrabal, John Irving, Jan Paweł II, Imre Kertész, Stephen King, Marek Krajewski, Hanna Krall, Wojciech Kuczok, Milan Kundera, Stanisław Lem, Mario Vargas Llosa, Gabriel G. Márquez, Dorota Masłowska, Czesław Miłosz, Tomasz Piątek, Wiktor Pielewin, Joanne K. Rowling, Janusz L. Wiśniewski. W większości przypadków były to recenzje jednej tylko książki danego autora.

Wyraźną grupę wśród wymienionych nazwisk stanowią autorzy książek z list bestsellerów, twórcy literatury popularnej, chociaż nie brak i tych, których utwory stały się znane z innych powodów, jak choćby książki Anne Applebaum, Henryka Grynberga i Jana Pawła II. Wśród pisarzy znajdują się również laureaci nagród literackich, a także ci, którzy zostali uhonorowani w latach wcześniejszych (jak choćby nobliści: Cz. Miłosz, G. G. Márquez czy laureaci rodzimej Nagrody Nike: W. Kuczok). Wydaje się zatem, że w tym przypadku recenzenci każdego z periodyków kierowali się przede wszystkim kryterium popularności książek lub autorów.

Interesujące wydaje się ukazanie wspólnej płaszczyzny autorów recenzowanych książek na łamach tylko dwóch tygodników: dla „Polityki” i „Newsweek Polska” była to grupa 61 twórców, dla „Polityki” i „Wprost” 57 autorów, zaś dla „Wprost” i „Newsweek Polska” tylko 23.

Należy jednak zaznaczyć, że poza wspólnym dla trzech (lub tylko dwóch) periodyków zestawieniem nazwisk pisarzy daje się wyodrębnić inna jeszcze grupa recenzowanych książek, charakterystyczna dla każdego z pism, dotycząca aktualności omawianych książek. Recenzenci „Polityki” częściej niż ich koledzy z konkurencyjnych redakcji sięgali po tytuły wydane dawniej, z kolei odbiorcy „Newsweek Polska” mieli okazję nierzadko poznawać omówienia książek, które dopiero miały ukazać się na rynku. Natomiast na łamach „Wprost” gościły przede wszystkim prezentacje książek-nowości niedawno wydanych.

Na podstawie porównania dotyczącego **wywiadów**, przeprowadzanych na łamach trzech pism, można stwierdzić, że miały one podobną formę, nie wyróżniając się przy tym niczym szczególnym. W każdym z przypadków tekst wzbogacony był przeważnie zdjęciem rozmówcy i krótką notką biograficzną na jego temat (choć należy podkreślić, że tygodnik „Newsweek Polska” wydaje się w tym względzie prezentować najskromniej). Żaden z pisarzy nie był gościem wszystkich omawianych pism; tylko dwóch

było bohaterami dwóch tygodników: z Cz. Miłoszem pojawił się wywiad na łamach „Polityki” i „Wprost”, zaś z N. Daviesem przeprowadzono rozmowę dla „Wprost” i „Newsweek Polska”.

Kolejną kategorię informacji związanych z książką, którym warto bliżej się przyjrzeć, stanowią **ogłoszenia wydawnicze**. Jak już wcześniej zaznaczono, ich liczba była największa w przypadku tygodnika „Polityka” (696 reklam), a najmniejsza, jeśli chodzi o łamy „Newsweek Polska” (187 reklam) – różnica pomiędzy obydwooma tytułami jest niemal czterokrotna. W tym przypadku warto przyjrzeć się wydawcom, decydującym, który z trzech periodyków będzie najlepszy dla promocji ich oferty. W tabeli 38 zaprezentowano liczbę edytorów, którzy skorzystali z tej formy promocji w przypadku każdego z tygodników.

Tabela 38. Wydawcy, którzy zamieścili reklamy na łamach „Polityki”, „Wprost” oraz „Newsweek Polska”

Tytuł czasopisma	Liczba wydawców
„Polityka”	57
„Wprost”	75
„Newsweek Polska”	14

Źródło: badania własne.

Pierwsze spostrzeżenie dotyczy związku pomiędzy liczbą wydawców a liczbą zamieszczonych w każdym periodyku inseratów. „Wprost”, z łamów którego skorzystało najwięcej edytorów, znalazło się na drugim miejscu, jeśli chodzi o liczbę ogłoszeń wydawniczych. Uderzająca jest również dysproporcja pomiędzy tymi dwoma pierwszymi tygodnikami a trzecim z nich.

W analizie wykazano, że zaledwie pięciu edytorów skorzystało z gościny każdego z trzech pism. Były to wydawnictwa: Pascal, Świat Książki, Universitas, Wydawnictwo Naukowe PWN oraz Wydawnictwo W.A.B. Zatem to propozycja oficyn specjalizujących się w charakterystycznej ofercie (przewodników turystycznych, literatury naukowej i znanej z oferty encyklopedii i słowników) pojawiała się zazwyczaj na łamach trzech omawianych tytułów. Wyjątkiem w tej grupie jest Świat Książki i Wydawnictwo W.A.B., dwóch popularnych, prężnie działających w tym czasie edytorów (czyli mogących sobie pozwolić na inwestycję w reklamę prasową), wydających w znacznej mierze literaturę popularną.

Jak natomiast wyglądał **obraz współczesnej literatury**, kreowany przez zaprezentowane tygodniki? Czy był on jednolity?

Na łamach każdego z pism ubolewano nad niskim poziomem czytelnicstwa książek w Polsce. Ogólny ton publikacji był pesymistyczny, dominowały

teksty krytykujące rodzimą literaturę współczesną. Wydawana obecnie proza polska jest monotonna, pozbawiona porywających fabuł i ciekawych postaci, przeważnie melancholijna bądź pesymistyczna („Wprost”). Prezentuje sobą niski poziom, nierzadko roi się w niej od błędów merytorycznych („Polityka”). Brak jest dziś „kaskaderów literatury” na miarę Marka Hłaski czy Edwarda Stachury („Polityka”, „Newsweek Polska”); triumfy święcą gwiazdy mediów, które przebojem zdobywają serca widzów. Winę za taki stan rzeczy ponoszą zarówno sami twórcy (którzy nie potrafią bądź nie chcą już pełnić roli autorytetów: „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”), jak i krytycy („Wprost”: to oni kreują „dzieła skończonych grafomanów” i to im bardziej zależy na dobrych kontaktach z pisarzami niż na rzetelnej ocenie książki).

Pisarzy nierzadko zniechęcają dodatkowo problemy finansowe („Polityka”, „Newsweek Polska”), a także małe szanse na dotarcie do szerszego odbiorcy, który żyjąc w zmedializowanym świecie czyta, ogląda i słucha przede wszystkim to, co proponują mu środki masowego przekazu. A te zazwyczaj promują przeciętne talenty, tworzą warunki do „tworzenia miernoty” („Wprost”). Sytuacja nie poprawia się, gdyż coraz częściej kultura, w tym literatura, traktowane są jak dobra konsumpcyjne, którymi „handluje się w wielopakach” („Wprost”, „Newsweek Polska”), choć, być może, nie jest to najgorszy pomysł, bo dzięki temu książka znajduje więcej nabywców („Wprost”, „Newsweek Polska”).

Inne powody złej kondycji polskiej literatury to także i to, zdaniem omawianych pism opinii, że w naszym kraju przeznaczają się znikome fundusze na upowszechnianie książek („Polityka”). Nie bez znaczenia są też problemy z dystrybucją oraz wydawcami („Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”). Ci jednak, chociaż osiągają największe zyski w „łańcuchu książkowo-pokarmowym”, również borykają się z kłopotami, wśród których jednym z najważniejszych jest piractwo książkowe („Polityka”, „Newsweek Polska”). Jednak edytorzy znaleźli już sposób na walkę z nim: to cyfrowe drukowanie książek („Newsweek Polska”). Pewnym ratunkiem dla książki wydają się być także audiobooki, coraz bardziej popularne nie tylko w Polsce, ale i na świecie („Newsweek Polska”).

Obok narzekań na kondycję współczesnej literatury nie brakowało jednak tekstów optymistycznych. Wskazywano na te jej typy, które wbrew „recesji” radzą sobie całkiem dobrze na rynku czytelnictwa, bo, jak się okazuje, Polacy lubią rozrywkę („Wprost”). Należy do niej popularna literatura kobieca, której funkcje terapeutyczne zgodnie podkreślały trzy pisma. Tak samo zgodnie prezentowano literaturę dla dzieci i młodzieży, w każdym z przypadków najczęściej pisząc o kolejnych tomach Harry Pottera – informacje o sukcesach kolejnych przygód małego czarodzieja zdominowały tę grupę tekstów. Nierzadko pisano także o komiksie, choć tu

prym wiódł „Newsweek Polska”. Z kolei na łamach „Polityki” najczęściej (w porównaniu z dwoma rywalami) omawiano poezję.

Podsumowując, każdy z tygodników (w różnym stopniu) realizował przypisane mu z definicji funkcje. Poprzez wykorzystanie rozmaitych form prezentował wybrane przez siebie książki, przy czym już sam wybór tytułów kształtował w pewnym stopniu opinie czytelników, nawet jeśli wzmianka na temat danej lektury miała charakter czysto informacyjny. Najwyraźniejsza w tym względzie była (potwierdzona przez W. Kota) polityka redakcji „Newsweek Polska”, preferującej pisarzy obcych.

Wnioski te nabierają szczególnego znaczenia, zwłaszcza w kontekście wspomnianej wcześniej europeizacji czytelnictwa, o której pisał Ryszard Filas⁵.

Jednocześnie na podstawie zgromadzonego materiału można stwierdzić, że w każdym z przypadków kultura, w tym literatura, zajmowała niebagatelne miejsce w zawartości pism, przynajmniej pod względem ilościowym prezentując się na poziomie dostatecznym („Newsweek Polska”), dobrym („Wprost”), a nawet bardzo dobrym („Polityka”).

⁵ R. Filas, *Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1–2, s. 55.

Rozdział 3

PRASA KOBIECA

3.1. Prasa kobieca. Krótka charakterystyka

Zgodnie z definicją *Encyklopedii wiedzy o prasie*, prasa kobieca to

grupa czasopism, których profil kształtowany jest pod kątem potrzeb czytelniczych kobiet oraz ich aktualnego położenia społecznego. Oprócz więc artykułów publicystycznych, reportaży, felietonów, utworów literackich, a w niektórych czasopismach także ogólnoinformacyjnych materiałów prasowych, na ich treść składają się najczęściej działy i rubryki poświęcone sprawom mody, gospodarstwa domowego, wychowania dzieci, problematyce rodziny itp. Istotną cechą p.k. jest ustawiczna dążność do podnoszenia wiedzy (zwłaszcza praktycznej) i poziomu kulturalnego kobiet oraz stałego wzrostu ich udziału i pozycji w życiu społecznym i zawodowym. [...] Pod względem treści są to najczęściej wydawnictwa wielotematyczne, zbliżone do formuły magazynu¹.

Inną definicję podaje Zofia Sokół: czasopisma adresowane do płci pięknej to według niej

zespół wydawnictw periodycznych przeznaczonych dla kobiet, co zostało zaznaczone w tytule, podtytule, programie, treści, sposobie ujęcia tematów, strukturze oraz formie językowej. Prasa taka jest redagowana pod kątem zainteresowań kobiet w zależności od ich wieku, wykształcenia, zawodu, pochodzenia społecznego, środowiska życia i pracy, roli i miejsca w rodzinie i społeczeństwie².

Ten typ prasy był nierzadko przedmiotem publikacji. Jego długa historia³ i specyfika interesowały wielu badaczy, jak na przykład Zuzannę

¹ *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1976, s. 172–173.

² Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1998, s. 8.

³ Korzenie polskiej prasy kobiecej sięgają 1818 r., kiedy ukazały się dwa tytuły, pretendujące do miana pierwszego polskiego periodyku kobiecego. Według J. Maślanki był nim „Tygodnik Polski i Zagraniczny” (w 1820 r. zmienił on tytuł na „Wanda. Tygodnik Polski Płci Pięknej i Literaturze Poświęcony”), natomiast Z. Sokół za taki uważa „Miesięcznik Warszawski płci pięknej poświęcony”, zob. Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 29–30.

Dąbrowską, Jerzego Franke, Zofię Lewartowską, Zofię Sokół, Władysława Tyrańskiego oraz Zofię Zaleską. W dziejach czasopiśmiennictwa kobiecego wyróżnić można kilka charakterystycznych etapów⁴. W każdym z tych okresów płęć słaba była inaczej postrzegana, przy czym prasa do niej adresowana propagowała adekwatne do czasów, w których się ukazywała, wzory osobowe kobiety, jej roli i miejsca w społeczeństwie, promując także określone modele małżeństwa i rodziny. Pomijając niezwykle interesujące, ale zbyt odległe od głównego wywodu pracy zagadnienia związane ze wspomnianymi przeobrażeniami⁵, należy jednak zaznaczyć, że zupełnie nowy etap historii rozpoczął się dla prasy kobiecej po zakończeniu drugiej wojny światowej. To wtedy nastąpiła wyraźna dynamika rozwoju tego typu czasopiśmiennictwa, aczkolwiek był to rozwój jednostronny, ograniczony panującym wtedy ustrojem, zgodnie z którym prasa podlegała określonym zasadom i celom polityki PZPR w dziedzinie komunikowania. Zmiany w prasie kobiecej, które wtedy nastąpiły, były efektem diametralnie nowej sytuacji, w jakiej znalazły się ówczesne kobiety; to do owych „nowych” czytelniczek kierowane były powstające wówczas pisma, m.in.: „Kobieta i Życie”, „Przyjaciółka”, „Ty i Ja”, „Uroda” czy przedstawione w prezentowanej książce „Zwierciadło”.

Tylko nieliczne z nich przetrwały transformację ustrojową w Polsce, która dla prasy kobiecej oznaczała bardzo duże zmiany, w znacznej mierze opisane we *Wstępie* i częściowo w pkt 1.2 *Rynek prasy. Głównie tendencje rozwojowe*. Część tytułów nie wytrzymała konkurencji i przestała się ukazywać, niektóre przeszły spektakularne zmiany zarówno pod względem graficznym, jak i w odniesieniu do zawartości oraz struktury organizacyjno-własnościowej (niekiedy zakładając dziennikarskie spółdzielnie wydawnicze, a nierzadko szukając pomocy w postaci obcego kapitału). Dzięki temu gotowe były zmierzyć się z nowymi periodykami, często wydawanymi przez doświadczone, zagraniczne koncerny (m.in. Axel Springer, Heinrich Bauer, Burda, G+J). Przejmowanie prasy kobiecej przez kapitał zagraniczny w latach 1990–1995, ekspansja „kalek” zachodnich pism kobiecych stano-

⁴ Dzieje prasy kobiecej obejmują następujące etapy: 1818–1860/1863, 1860/1863–1914, 1914–1918, dwudziestolecie międzywojenne, okres II wojny światowej, 1945–1949, 1950–1956, 1957–1970, 1971–1981, 1982–1989, 1989–do lat obejmujących zasięg chronologiczny pracy.

⁵ Pisali o nich m.in. J. Franke, *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918. W kręgu ofiary i poświęcenia*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 1999; Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, a w odniesieniu do prasy kobiecej początków XXI w. m.in.: E. Sawa-Czajka, *Wizerunki kobiet w prasie polskiej (po 1989 r.)*, [w:] *Transformacje mediów (1989–1995): materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, t. 26, red. A. Słomkowska, Warszawa 2004; B. Trzop, *Typy kultury popularnej na łamach czasopism kobiecych*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2005; D. Zaworska-Nikoniuk, *Wzory kobiecości i męskości w polskiej prasie dla kobiet XXI wieku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.

wiły jedne z najciekawszych, budzących nierzadko kontrowersje, zjawisk na rynku prasowym w Polsce w tym okresie i wpłynęły zasadniczo na gwałtowny rozwój czasopism adresowanych do pań.

Z drugiej strony, sytuacja polityczna, społeczna, ekonomiczna i kulturowa postawiły kobietę po raz kolejny w nowej sytuacji, a zaistniałe wtedy okoliczności wpłynęły na swoisty podział wśród kobiecego audytorium czytelniczego i zróżnicowanie typologii czasopism adresowanych do płci pięknej. Jak zauważyła Z. Sokół:

rozpoczął się proces różnicowania majątkowego i zarobkowego. Najmocniej odczuły to kobiety, które w pierwszej kolejności traciły pracę tworząc rzeszę bezrobotnych. Powstała grupa kobiet mających na utrzymaniu bezrobotnego męża; jednocześnie wyłoniła się inna, kobiet aktywnych, robiących karierę zawodową i finansową „bizneswomen”, „kobiet sukcesu”, „dam biznesu” i „menedżerek”⁶.

Kobiety, mimowolnie, zaczęły dzielić się na wyraźnie różniące się między sobą grupy: „bierne” (priorytetem w życiu była dla nich rodzina i wychowanie dzieci) oraz „dynamiczne” (energicznie dążące do zrobienia kariery, zdobycia niezależności finansowej i władzy). Istniała również trzecia, najliczniejsza grupa „kobiet pracujących”, które starały się połączyć obowiązki zawodowe z rodzinnymi, choć jednocześnie praca nie była dla nich pierwszoplanową wartością w życiu. Traktowały ją raczej jako konieczność, zapewniającą byt finansowy. Dla każdej z tych kategorii kobiet wydawane były periodyki, dostosowane do ich mentalności, zainteresowań i preferencji. Konsekwencją był wspomniany swoisty podział na trzy rodzaje pism kobiecych, które odwoływały się do opisanych powyżej trzech różnych typów odbiorczyń⁷:

1. Czasopisma popularne, „dla nas, ale nie o nas”⁸, przenoszące kobiety w krainę marzeń: wypełniały tzw. dolną półkę segmentu prasy kobiecej. Składały się na nie przeważnie „kalki” pism zachodnich. Były to tanie, ale bogato ilustrowane pisma, przeznaczone w większym stopniu do oglądania niż do czytania. Ich adresatkami miały być kobiety, które nie pracując zawodowo, realizowały się jako gospodynie domowe. Periodyki te utwierdzały swoje czytelniczki w wybranej przez nie (bądź narzuconej) drodze życiowej: praca zawodowa ukazana tu była jako zło konieczne, podkreślano jednocześnie, że prawdziwym powołaniem kobiety jest być dobrą żoną, matką, gospodynią i strażniczką domowego ogniska. Do tej grupy periody-

⁶ Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 355.

⁷ Typologia za: *ibidem*, s. 355–362.

⁸ Określenie P. Sarzyńskiego. Zob. P. Sarzyński, *Gazetowa Polka*, „Polityka” 1992, nr 51, s. 8.

ków zaliczyć można na przykład „Kobietę i Mężczyznę”, „Naj”, „Tinę”, „Z życia wzięte” czy „Życie na Gorąco”.

2. Pisma również popularne, jednak już nie tylko „dla nas”, ale i „o nas”, czyli periodyki dla „pań domu”: tytuły z tzw. półki środkowej. Przeznaczone one były dla kobiet pracujących, które nie mają większych ambicji zawodowych, a w kupowanych przez siebie czasopismach poszukują przede wszystkim porad, dotyczących rozwiązywania codziennych życiowych problemów, wskazówek, jak żyć niekoniecznie lepiej, ale chociaż wygodniej, jak połączyć pracę zawodową z życiem osobistym. Periodyki tego typu radziły, jak wypełniając codzienne obowiązki dobrej, zaradnej i praktycznej gospodyni, kobieta ma pozostać zadbana i zawsze uśmiechnięta, jak powinna zorganizować swój dzień, by mieć czas dla najbliższych. Wśród tytułów w tej grupie wymienić można m.in. „Chwilę dla Ciebie”, „Claudie”, „Przyjaciółkę”, „Świat Kobiety”.

3. Żurnale: ekskluzywne magazyny, z tzw. górnej półki, wydawane na dobrym jakościowo papierze, drogie (cena od 7 zł). Adresowane były do kobiet aktywnych (wspomnianych „bizneswomen”, „dam biznesu”, „kobiet sukcesu”), które niezależnie od wieku i okoliczności są zadbane i eleganckie. To kobiety, które wiedzą, jak należy pielęgnować swoje zdrowie i urodę, zwracają dużą uwagę na to, co jest aktualnie modne. Nie boją się stanąć do (wyrównanej) walki z mężczyzną, co więcej, nierzadko z nim wygrywają. Praca zawodowa dla adresatek tych pism to realizacja ambicji i jednocześnie sposób na to, aby zapewnić sobie niezależność finansową, która pozwoli na zakupy w firmowych sklepach, wakacyjny wyjazd za granicę czy systematyczne wizyty u dobrej kosmetyczki i fryzjera. Zazwyczaj kobietom tym udaje się łączyć życie zawodowe z prywatnym, co daje im pełnię szczęścia. Prasę traktują jako rodzaj rozrywki, której oddają się w czasie wolnym, poszukując w niej porad związanych z pielęgnacją urody, zdrowym trybem życia, modą, stylem bycia. Wzór adresatki tego typu periodyków określono na łamach „Zwierciadła” następująco: „Jest mądra, zaradna, otwarta. Nie załamują ją trudności, nie boi się podejmować decyzji i ryzyka. Jest ujmująca, zadbana, elegancka”⁹. Do czasopism tego rodzaju zalicza się m.in. „Elle”, „Kobietę i Życie”, „Pani”, „Twój Styl” oraz przywołane już „Zwierciadło”.

Wśród tytułów znajdujących się w ostatniej z wymienionych kategorii pojawiły się trzy magazyny, będące przedmiotem rozważań w następnym rozdziale. Jedną z ich cech powinna być, zgodnie z podaną wcześniej definicją, m.in. „ustawiczna dążność do podnoszenia [...] poziomu kulturalnego kobiet”, mając zaś na uwadze cechy tej konkretnie kategorii adresatek (liderki w każdej dziedzinie życia, a więc także związanej z kulturą, w tym

⁹ Za: Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 357.

literaturą), zadanie to powinno stanowić szczególnie istotny punkt programu, realizowanego przez redakcję.

Polki, jako „bastion czytelnictwa czasopism w Polsce”¹⁰, były jednocześnie ważną zbiorowością konsumentek, o którą zabiegać powinni, jak się zdaje, wydawcy, specjalizujący się w literaturze kobiecej. Jednocześnie na łamach ekskluzywnych magazynów, owych „żurnali”, nie powinno zabraknąć miejsca dla informacji o książce czy zróżnicowanych form jej promocji. Czy tak faktycznie było? W jakim stopniu redakcje „Zwierciadła”, „Twojego Stylu” i „Elle” kształtowały gust literacki swoich czytelniczek? Czy w program każdego z omówionych periodyków wpisana była na stałe kultura, a przede wszystkim, mieszcząca się w niej „sprawy książki”?

¹⁰ Określenie Ryszarda Filasa. Zob. R. Filas, *Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999)*. *Propozycja periodyzacji*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1–2, s. 51.

3.2. „Zwierciadło” w moim życiu¹

3.2.1. Spójrz w siebie²: historia periodyku

Staramy się pokazać rzeczywistość z niebanalnej perspektywy, chcemy pobudzić do myślenia, a jednocześnie dać Wam chwilę oddechu i rozrywki. Pragniemy być przyjaznym przystankiem w natłoku spraw ważnych i mniej ważnych. Wsparciem w odkrywaniu możliwości, poznawaniu emocji i rozumieniu relacji z innymi. Dużo uwagi poświęcamy aktualnościom kulturalnym, sztuce, bacznie obserwujemy styl, śledzimy trendy³.

Pierwszym z omawianych tytułów adresowanych do „kobiet sukcesu” jest „Zwierciadło”, jedno z najstarszych periodyków kobiecych, ukazujących się w Polsce. Pierwszy numer pisma, z podtytułem „Tygodnik Ilustrowany”, pojawił się 19 maja 1957 r., a zatem niecałe trzy miesiące po ukazaniu się przedstawionej wcześniej „Polityki”. Jak pisze Zofia Sokół,

Potrzebę nowego pisma społeczno-kulturalnego, obok wysokonakładowych pism, takich jak „Przyjaciółka” i „Kobieta i Życie”, motywowano potrzebą odrębnego pisma dla kobiet z wyższym wykształceniem. [...] Wydawania nowego pisma kobiecego domagały się inteligenckie środowiska kobiece. Wspomagał je tworzący się ruch inteligencki⁴.

Wydawcą nowego tytułu był Zarząd Główny Ligi Kobiet⁵, który

chciał mieć sojusznika w rozwiązywaniu trudnych problemów społecznych, a zarazem pismo atrakcyjne. Zdecydowano, że powinien być to tygodnik społeczno-kulturalny o charakterze

¹ Tytuł jednego z konkursów, ogłoszonego przez omawiany periodyk. Zob. A. Nasiłowska, *Zwierciadło w moim życiu*, „Zwierciadło” 2002, nr 5, s. 62.

² Hasło, reklamujące pismo.

³ K. Montgomery, *Dziękujemy!*, „Zwierciadło” 2012, nr 5, s. 6.

⁴ Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1998, s. 145.

⁵ Liga Kobiet – organizacja sięgająca swymi korzeniami 1913 r., kiedy I. Moszczeńska powołała w Królestwie Ligę Kobiet Pogotowia Wojennego. Organizacja o podobnym charakterze funkcjonowała także w Krakowie jako Liga Kobiet NKN Galicji i Śląska, kierowana przez Z. Oraczewską. Obie organizacje stawiały sobie za cel tworzenie zaplecza frontowego dla Legionów Polskich J. Piłsudskiego. W 1917 r. nastąpiło połączenie obu Lig, utworzono z nich Ligę Kobiet Polskich. W 1928 r. nastąpił rozłam, z którego wyłonił się Polski Związek Pracy Obywatelskiej i Liga Kobiet – wchodząca w skład Rady Narodowej Polek i w skład Unii Polskich Związków Obronczyń Ojczyzny. W czasie II wojny światowej członkinie Ligi Kobiet m.in. organizowały kolportaż tajnej prasy. W lutym 1945 r. Liga ujawniła się, ale nie otrzymała pozwolenia na prowadzenie jawnej działalności. Na początku 1950 r. powołano nową Ligę Kobiet, której wyznaczono m.in. rolę „pasa transmisyjnego uchwał i zaleceń PZPR

magazynowym, możliwie bogato ilustrowany, o wyraźnym profilu społecznym i dużym ciężarze gatunkowym⁶.

Pomysłodawczynią tytułu nowego periodyku była Zofia Bystrzycka, która uważała, że jest on odpowiedni przede wszystkim dlatego, że będzie odzwierciedlać życie⁷. W ten sposób

w pięciopokojowym lokalu przy Elektorальной [adres siedziby redakcji w Warszawie – przyp. M.P.S.] kręciły się chmary młodych, dobrze zapowiadających się i nieco starszych, bardziej znanych: Woroszyński, Oseka, Puchalski, Oberlaender, Flisak, Ewa Ziegler, Krystyna Usarek. [...] tak powstawało „Zwierciadło” pod okiem pierwszej naczelnej Aliny Rebane w atmosferze popaździernikowej odwilży⁸.

Zespół reakcyjny tworzyli ponadto: Marian Bielicki, wspomniana Zofia Bystrzycka, Krystyna Dąbrowska, Janina Janicka (sekretarz redakcji), Eryk Lipiński (kierownik graficzny), Nina Lilejko i Czesława Szymańska.

Pierwszy numer liczył 16 stron, wydano go w formacie 37 x 28 cm, kosztował 2 zł. Brakowało w nim, zwyczajowej w takich sytuacjach, deklaracji odredakcyjnej, wskazania celów i zamierzeń, jakie stawiano przed nowym tytułem. Jednak odpowiedzią na pytanie, które (być może) zadawali sobie pierwsi czytelnicy „Zwierciadła”, była jego zawartość. Reportaż Zofii Połysz *Rodzice przed sądem*, tekst o pracy zawodowej kobiet, sylwetka Mai Berezowskiej, opowiadanie Françoise Millet-Joris, dział poświęcony modzie i urodzie (*Jak Cię widzą, tak Cię piszą*), rozrywka oraz zapowiedź krótkiego „kursu smukłej linii” w następnym numerze – były zwiastunami tematów, którym pismo pozostanie wierne przez następne lata. Problematyka społeczno-obyczajowa, tradycyjny reportaż, literatura, tendencje w modzie, porady, „jak w latach burych tkanin, zerówek i nylonów zachować wdzięk i styl”⁹, a w późniejszym okresie także teksty poświęcone problemom wychowawczym wpisały się na stałe w ramy periodyku, wskazując jednocześnie jego charakter.

wśród mas kobiecych, domagając się jednocześnie podejmowania działań polityczno-propagandowych, społecznego aktywizowania kobiet”. Po 1953 r. sytuacja uległa poprawie, ale wyraźne zmiany w odniesieniu do działalności Ligi Kobiet nastąpiły w 1955 r., kiedy powrócono do tradycji Społeczno-Obywatelskiej Ligi Kobiet z lat 1945–1948. Dwa lata później powołano omawiany periodyk, a LK stała się jego wydawcą. Więcej na temat działalności Ligi – zob. Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 135–142; eadem, *Czasopisma organizacji kobiecych w Polsce (w latach 1989–1999)*, „Kieleckie Studia Bibliologiczne” 2000, nr 5, s. [127]–150.

⁶ „Zwierciadło” 1967, nr 21, s. [2].

⁷ Tekst jubileuszowy z okazji 10-lecia periodyku, zob. „Zwierciadło” 1967, nr 21, s. [2].

⁸ [br. aut.], *Jak jubilat z jubilatem...*, „Zwierciadło” 1992, nr 5, s. [21].

⁹ M. Jewiarz-Bartczak, *Zwykłe kobiety też chcą być niezwykłe*, „Zwierciadło” 2007, nr 8, s. [115].

Nowy tytuł spodobał się czytelniczkom, co potwierdzały listy, drukowane na jego łamach. W jednym z nich czytamy: „Miłe >Zwierciadło<. Przeczytałam >od deski do deski< Twój pierwszy numer, który z trudem dostałam podczas spaceru po Warszawie”¹⁰.

Od numeru 3 (1957) zniknęła z łamów stopka redakcyjna, co wynikało z faktu, że jeden ze współpracowników, M. Bielicki, nie był dobrze widziany przez ówczesne władze, stąd postanowiono zastosować taki właśnie wybieg, który pozwoliłby mu nadal pracować w redakcji. Starano się nie wchodzić w konflikt z władzą, wysiłki kierując na zdobywanie nowych czytelników. Periodyk stopniowo rozwijał się, dostosowując swój poziom do wymagań zmieniających się czytelniczek. W jego historii można wyodrębnić kilka charakterystycznych etapów, których granice wyznaczają zmiany właścicieli.

Pierwszy, obejmujący lata 1957–1960 to okres, gdy tytuł był organem Ligi Kobiet. W pierwszych latach istnienia pisma, w czasie odwilży popaździernikowej, niewiele było w nim propagandy politycznej, choć sporadycznie pojawiały się odezwy, jak na przykład z okazji 1 Maja, „święta postępu, pokoju, socjalizmu”¹¹. Był to dla periodyku czas poszukiwań: obok zagadnień kulturalnych pojawiała się przeważnie problematyka społeczno-obyczajowa. Zarówno forma, jak i treść przystosowana była do czytelnika o wyższych niż przeciętne aspiracjach intelektualnych i szerokich zainteresowaniach. W niemal każdym numerze tygodnika czytelnik odnajdował fragmenty literatury dotąd zakazanej: Erskine’a Caldwella, Alberta Camusa, Williama Faulknera czy Jeana Paula Sartre’a.

Drugi etap to lata 1961–1981, gdy tytuł wydawany był przez RSW „Prasa”, później RSW „Prasa-Książka-Ruch”. W tym czasie dwukrotnie nastąpiły roszady na stanowisku redaktora naczelnego: w 1972 r. został nim Józef Konecki (od 1967 r. zastępca A. Rebane), a w 1974 r. jego miejsce zajęła Krystyna Mojkowska. Tytuł zmienił swój charakter, stając się popularnym magazynem ilustrowanym dla wszystkich, z wyraźnie mniejszymi, niż na początku, ambicjami kulturalnymi. Na jego łamach drukowano artykuły na temat religii, etyki i moralności, nie brakowało także tekstów z zakresu socjologii, historii, a nawet polityki. Nie zapomniano jednak o głównym adresacie pisma, stąd pojawiła się prowadzona przez Z. Bystrzycką rubryka *Serce w rozterce*; „walczyła [ona – przyp. M.P.S.] o kulturę współżycia, kulturę uczuć i godność kobietą, która gdzieś się zagubiła w tym równouprawnieniu”¹². Do dyspozycji czytelników oddawano także inne działy i rubryki, jak np. *Album poezji miłosnej*, *Kuchnia i porady kulinarne*, *Plotki*, *notki*, *anegdotki*. Z okazji jubileuszu dziesięciolecia tytułu

¹⁰ „Zwierciadło” 1957, nr 3, s. 2.

¹¹ Za: T. Jastrun, *Historia w numerach*, „Zwierciadło” 2007, nr 5, s. 83.

¹² H. Mierszowska, „Zwierciadło” w *moich oczach*, „Prasa Polska” 1967, nr 7, s. 21–23.

pojawiły się gratulacje i życzenia, m.in. od prezesa RSW „Prasa”, Tadeusza Galińskiego, który stwierdzał:

Poruszając żywotne problemy życia współczesnej kobiety i rodziny, zyskał sobie Wasz tygodnik w ciągu niewielu lat sympatię i uznanie szerokich rzesz czytelników, a bogata szata graficzna i interesująca treść stałych rubryk postawiły go w rzędzie jednego z bardziej poczytnych polskich magazynów kobiecych¹³.

Rok 1968 podobnie jak dla całej Polski, tak i dla „Zwierciadła” zapoczątkował trudne czasy. Redakcja podporządkowała się obowiązującej propagandzie. Po wydarzeniach marcowych z łamów tygodnika zniknęły znane nazwiska, stał się on szary i monotony, pomimo starań dziennikarzy (m.in. kolorowych okładek, otwierających niemal każde wydanie).

Świętując piętnastolecie, zasięgnięto opinii czytelników na temat wartości i poziomu pisma. Wśród jego sympatyków znaleźli się m.in. Hanka Bielicka, Irena Santor, Ewa Śnieżanka oraz Edyta Wojtczak. Pomimo pochlebnych ocen, nadal nie był to czas korzystny dla „Zwierciadła”. Nierzadko na jego łamach gościły odezwy i apele Ligi Kobiet oraz podobnych jej organizacji. Niejednokrotnie pojawiały się deklaracje, jak choćby w 1972 r.:

Życzymy sobie, by rok ten, pierwszy rok realizacji ambitnych zadań, określonych przez VI Zjazd partii, dzięki solidarnym naszym wysiłkom, rzetelnej pracy, dzięki naszemu zaangażowaniu i ofiarności – przyniósł krajowi, całemu społeczeństwu, wszystkim pełnię satysfakcji oraz widoczne postępy na drodze ku głównemu celowi socjalistycznego budownictwa – dobru człowieka pracy, wspólnemu dobru¹⁴.

Donoszono o wizytach przedstawicieli bratniego narodu¹⁵, relacjonowano przebieg spotkań sekretarzy partii, pisano o sukcesach władzy, kreślono sylwetki działaczek Ligi Kobiet i działaczy ORMÓ. Jednocześnie w ciągu tych i następnych lat zmieniała się szata graficzna pisma, tonację czarno-białą stopniowo zastępowano rosnącą liczbą kolorowych fotografii. Zmianie ulegał format, układ graficzny, zwiększono również objętość pojedynczego wydania do 32 stron.

W 1980 r. redakcja relacjonowała przebieg solidarnościowych strajków przy jednoczesnym drukowaniu tekstów propagandowych (np. Krystyna Kaszuba przeprowadzała wywiady z działaczami partyjnymi). Po wprowadzeniu stanu wojennego periodyk przestał się ukazywać, dzieląc tym samym los innych pism. „Zwierciadło” reaktywowano w kwietniu 1982 r.¹⁶ ponownie jako organ Ligi Kobiet Polskich. Redakcja podkreślała, że

¹³ Tekst jubileuszowy z okazji 10-lecia periodyku, zob. „Zwierciadło” 1967, nr 21, s. [2].

¹⁴ *Krajowa Rada Kobiet Polskich przy Ogólnopolskim Komitecie Frontu Jedności Narodu*, „Zwierciadło” 1972, nr 1, s. 2.

¹⁵ Zob. np. „Zwierciadło” 1977, nr 1, s. 2.

¹⁶ Przez kilka miesięcy w 1981 r. wydawane było przez Krajowe Wydawnictwo Czasopism.

Największym bogactwem naszego kraju są ludzie, ich wiedza i mądrość. [...] Do budowy wspólnej, lepszej przyszłości musimy przystąpić wszyscy i to już teraz. „Nie ma Polaków lepszych i gorszych. Są tylko ci, którzy dla Ojczyzny pracują – i ci, którzy przeszkadzają” – powiedział w Sejmie przewodniczący Wojskowej Rady Ocalenia Narodowego, gen. armii Wojciech Jaruzelski. [...] Polsce potrzebne są mądre i aktywne kobiety, na nie liczy partia przy odradzaniu swych szeregów, w tworzeniu wszelkich form samorządności, w odbudowie ruchu związkowego, w tworzeniu Obywatelskich Komitetów Odrodzenia Narodowego. Nasze pismo będzie Wam w tym pomagać. Pragniemy bowiem nadal kontynuować politykę porozumienia wszystkich patriotycznych sił stojących na gruncie ustroju socjalistycznego, politykę stałego dialogu władzy ze społeczeństwem¹⁷.

Obok deklaracji czytelnicy odnaleźli na łamach pisma dawne rubryki, także ulubione *Serce w rozterce*, którym odtąd kierowała Zuzanna Celmer. Nowością stał się element dotąd nie spotykany w prasie tego typu: krzyżówka z premią. Jednocześnie zwiększono objętość, zmieniono format, a także wprowadzono kolor na środkowych kolumnach periodyku. Jak na ówczesne warunki, szata graficzna była atrakcyjna i wyróżniała tytuł na tle innych pism kobiecych tamtego okresu.

W 1991 r. tytuł został przejęty przez PZH „Uniwersal” S.A., firmowane przez spółkę „Uniproject”. W styczniu tegoż roku „Zwierciadło” zmieniło częstotliwość: z dotychczasowego tygodnika stało się miesięcznikiem. Jak pisze Tomasz Jastrun, pomimo że „W Polsce panuje już wolność, pismo jednak jest ciągle ubogie, chociaż ukazuje się więcej porad i psychologii”¹⁸. W 1992 r. w stopce redakcyjnej jako wydawca pojawił się „Uniproject” spółka z o.o. Periodykiem, liczącym średnio 80 stron, wydawanym w formacie 29 x 20 cm kierowała Danuta Wójcik. Magazyn zaczął stopniowo dostosowywać się do nowych warunków. Przy zachowaniu tradycyjnego zaangażowania w sprawy społeczne, coraz wyraźniejsze stawało się zainteresowanie psychologią i medycyną alternatywną. Periodyk posiadał już w tym czasie swoich stałych korespondentów zagranicznych, m.in. Ivo Jacobi (relacje ze Szwecji), Martę Klubowicz (doniesienia z Austrii), Zofię Łętkowską (korespondencje z USA), Magdalenę Rostron (informacje z Wielkiej Brytanii). Nastąpiła zmiana na stanowisku redaktor naczelnej, została nią Beata Dzięgielewska.

W 1998 r. miesięcznik stał się własnością holenderskiej firmy Imper Poland, zaś od numeru 2 (2002) właścicielem tytułu została Magdalena Jankiewicz, do której należało Wydawnictwo Zwierciadło Sp. z o.o. W 2003 r. magazynem zaczęła kierować Lucyna Olszewska.

Przez niemal 50 lat jego istnienia współpracowało z nim wielu znanych dziennikarzy, felietonistów i literatów. Wśród nich, poza wcześniej wymienionymi, pojawili się m.in. Olga Aszkenazy, Henryk Bereza, Andrzej Braun,

¹⁷ Zespół „Zwierciadła”, *Drogie Czytelniczki!*, „Zwierciadło” 1982, nr 1, s. 3.

¹⁸ T. Jastrun, *Historia w numerach*, „Zwierciadło” 2007, nr 5, s. 85.

Michał Choromański, Józef Hen, Marek Hłasko, Jacek Klabiński, Leszek Kołakowski, Zbigniew Lew-Starowicz, Leszek Prorok, Arnold Słucki i Maciej Wierzyński. W zespole redakcyjnym pojawili się także m.in. Grzegorz Dydyński, Stefan Dźbikowski oraz Andrzej Gawłowski.

W latach 2001–2005 widoczne były częste roszady zarówno w zespole redakcyjnym, jak i wśród współpracowników pisma. Znaleźli się wśród nich m.in. Barbara Adamczewska, Renata Arendt-Dziurdzikowska, Lidia Butowska, Grażyna Dworak, Alina Gutek, Tomasz Jastrun, Małgorzata Kłeczek, Magdalena Oczachowska, Jolanta Otrębska i Joanna Szczepkowska. Do pozostałych współpracowników należeli m.in. Marek Berdadyń, Maria Bojarska, Magdalena Boratyńska-Komar, Tatiana Cichocka, Artur Cieślak, Paulo Coelho¹⁹, Jacek Dubois, Wojciech Eichelberger, Anna Gajos, Magda Mizuro, Jan Nowicki, Andrzej Poniedziałki, Magda Rybak, Sonia Raduńska, Krystyna Stachowicz, Stach Szablowski, Edyta Szalek, Konrad Sztuka, Janusz Wróblewski oraz Katarzyna Zimmerer.

Redaktorzy, literaci i reporterzy tworzyli zawartość „Zwierciadła”, które, jak podkreślił J. Konecki, było „pismem nie tylko dla kobiet, ale i – skróto mówiąc – o kobietach”²⁰.

3.2.2. Zawartość, akcje, czytelnicy

Na przestrzeni 50 lat historii periodyku zmieniała się jego zawartość, dostosowując się do przeobrażeń politycznych, kulturowych, a także mentalnych. Już w 1977 r., z okazji jubileuszu dwudziestolecia tytułu, K. Mojowska zauważyła:

inna jest dzisiaj nasza czytelniczka. Wykształcona, znająca swój zawód i doceniająca swoją w nim wartość. Samodzielna, realizująca zasadę współpartnerstwa w rodzinie i rozumiejąca swoją rolę i miejsce w społeczeństwie²¹.

Inna była również adresatka pisma w roku 1989, inna u progu XXI w. Wtedy też wykształcił się stały charakter magazynu. Z pisma, interesującego się w pierwszych latach swego istnienia głównie problemami społeczno-obyczajowymi (często poruszane kwestie to alkoholizm, problemy rodzinne), wyrósł periodyk o charakterze przede wszystkim poradnikowym, z zacięciem psychologicznym, interesujący się psychoanalizą i psychotroniką, terapią, medycyną alternatywną oraz współczesnymi filozofiami.

¹⁹ Przez pewien czas był on felietonistą omawianego periodyku.

²⁰ J. Konecki, „Zwierciadlanych” uwag kilka, „Biuletyn Z.G. RSW>Prasa<” 1972, nr 153, s. 65.

²¹ K. Mojowska, *Dwadzieścia lat*, „Zwierciadło” 1977, nr 20, s. 2.

„Zwierciadło” stało się swego rodzaju przewodnikiem duchowym dla swych czytelniczek, poszukującym nowych dróg i rozwiązań kłopotów związanych zarówno z życiem codziennym, jak i problemów egzystencjalnych, duchowych. Obok tych charakterystycznych zainteresowań, redakcja nie zapominała, że przygotowuje każdy numer dla czytelniczek, które poszukują również porad związanych z modą, urodą i zdrowiem, a także chcą dowiedzieć się, jak inne kobiety poradziły sobie w trudnych życiowych sytuacjach. Pamiętano także, że potencjalni odbiorcy pisma interesują się też informacjami ze świata filmu, teatru, muzyki, literatury. Stąd w latach 2001–2005 można wyodrębnić cztery podstawowe grupy zagadnień, podejmowanych na łamach magazynu:

- 1) rozwój duchowy i emocjonalny kobiety, w tym jej relacje z mężczyzną;
- 2) rodzina i wychowanie;
- 3) kultura;
- 4) moda, uroda i zdrowie.

Powyższe kategorie zagadnień ujęto w struktury pisma w postaci zmieniających się (w niewielkim stopniu) w ciągu pięciu lat następujących działów i rubryk: *Bliskość we dwoje*, *Co słycać*, *Dom*, *Felietony* (m.in. T. Jastruna, W. Eichelbergera, A. Poniedziałkiego, przypowieści P. Coelho), *Kuchnia*, *Moda*, *Moje niepokoje*, *Na szczęście*, *Naprawdę jaki jesteś* [pis. oryg.], *Polecamy* (*Film*, *Książki*, *Muzyka*, *Sztuka*, *Teatr*), *Przed lustrem*, *Psychologia*, *Relaks* (horoskop, krzyżówka, konkursy), *Spotkania* (w ich ramach m.in. cykl *Pytania do dwojga*), *Sztuka życia*, *Temat miesiąca*, *To nas dotyczy*, *To nas inspiruje*, *Twoje pieniądze*, *Uroda*, *Wspomnienia*, *Wydarzenia*, *Zdrowie*. Każdy numer rozpoczynał aforyzm znanego pisarza, myśliciela bądź przewodnika duchowego (*Na dobry początek*).

Jednak nawet w typowych dla prasy kobiecej tekstach widoczny był bardzo często specyficzny duch pisma oraz jego poradnikowy charakter. Wyraźny był on na przykład w historiach opisywanych przez redakcję (*Spotkania*, *Temat miesiąca*), przeprowadzanych wywiadach (m.in. *Naprawdę jaki jesteś*) czy polecanych lekturach (*Moje książki*, *Nowości wydawnicze*). Jakkolwiek moda znajdowała swoje stałe miejsce na łamach pisma, to jednak nie była ona tematem priorytetowym. Dużo uwagi poświęcano natomiast problemom wychowawczym, a szczególnie wychowaniu dorastającej młodzieży.

Nie porzeczono na poradach, drukowanych na łamach pisma. Jednym z przejawów działalności, wpisujących się w program periodyku, był założony przezeń Instytut Psychospołeczny Zwierciadło (przekształcony w następnych latach w Pracownię Psychospołeczną Zwierciadło). Zapraszano czytelników do korzystania z porad zatrudnionych tam specjalistów: terapeutów oraz psychologów. W ramach określonych gabinetów proponowano pomoc w trudnych sytuacjach życiowych, takich jak na przykład

rozwód, przemoc fizyczna i emocjonalna, uzależnienia, depresje. Zachęcano do udziału w warsztatach i terapiach grupowych. W ofercie czytelnicy mieli do wyboru rozmaite programy, na przykład *Ja i inni* (rozwój umiejętności interpersonalnych), *Poczucie własnej wartości*, *Warsztaty dla kobiet poszukujących dróg rozwoju, intuicji i siły*. Instytut był systematycznie reklamowany na łamach pisma, przypominano o nim również przy okazji wybranych tekstów, poruszających problemy, wpisujące się w jego program.

Inną inicjatywą, realizującą idee „Zwierciadła”, było przedsięwzięcie, organizowane wspólnie z *Dojrzewalnią Róż*. Powstała ona „z potrzeby stworzenia przestrzeni, która sprzyja odkrywaniu i rozwijaniu kobiecości. Przestrzeni, która inspirowanie, wspiera, umożliwia twórcze spotkania kobiet z kobietami”²². Jej misją było m.in. „Inspirowanie i wspieranie kobiet, które chcą żyć w zgodzie ze swoimi najgłębszymi pragnieniami, kroczyć własną drogą, mówić swoim głosem – pełnym głosem”²³. W ramach tego pomysłu realizowano bądź wspierano rozmaite projekty, jak choćby *Porozumienie bez Przemocy*, *PROGRESSteron Relacje* czy *Szkoła Trenerów*.

Magazyn, propagując określone wartości, nagradzał tych, którzy je sobą prezentowali.

Tak powstał pomysł *Kryształowych Zwierciadeł*, nagrody, przyznawanej od 1995 r. wybitnym osobom lub zespołom, reprezentującym kulturę, sztukę, naukę i życie publiczne. Oceniano zarówno cechy charakteru kandydatów, jak i ich dokonania oraz postawę. Były to, jak pisano z okazji jubileuszu dziesięciolecia istnienia wyróżnień, „doroczne nagrody dla ludzi z pasją. Takich, którzy realizując siebie, przy okazji robią dużo dobrego dla innych”²⁴. Kandydaci prezentowani byli na łamach magazynu, a następnie laureatów wyłaniała Kapituła, w skład której wchodził m.in. finaliści edycji z ubiegłych lat oraz członkowie redakcji. Na przykład w 1995 r. nagrodzono m.in. Marię Wiernikowską za „szeroko rozumianą odwagę”, rok później za „szczególny talent i wytrwałość” nagrodę otrzymali m.in. Wisława Szymborska i Andrzej Seweryn, w 1998 r. za „niezależność” *Kryształowym Zwierciadłem* uhonorowano Ięgę Cembrzyńską oraz Olę Tokarczuk. W 2002 r. nagrodę otrzymały m.in. Agnieszka Graff, Krystyna Janda, Barbara Labuda oraz Jagna Marczułajtis, wszystkie za „siłę kobiecości”²⁵. W 2003 r. jednym z laureatów zostało Wydawnictwo Czarne za „nieuleganie wydawniczym modom”. W 2005 r. zmieniono formułę nagrody, postanawiając przyznawać ją odtąd Ludziom Dialogu, „którzy łączą, a nie dzielą, którzy mają dar

²² *Dojrzewalnia Róż. Kobiecość w rozkwicie*, http://www.dojrzewalnia.pl/o_nas/o_dojrzewalni.html, kwiecień 2011.

²³ *Ibidem*.

²⁴ [br. aut.], *Strzał w dziesiątkę*, „Zwierciadło” 2005, nr 7, s. [8].

²⁵ Wszyscy laureaci *Kryształowych Zwierciadeł* w latach 1995–2002, zob. „Zwierciadło” 2003 nr 7, s. 13.

jednania różnych środowisk i niesienia pomocy”²⁶. Kryształowymi Zwierciadłami mieli być odtąd honorowani kobieta i mężczyzna, bo ten właśnie rodzaj dialogu pomiędzy nimi magazyn starał się promować. Pierwszymi laureatami zreformowanego wyróżnienia zostali Hanna Polak (za stworzenie fundacji Aktywna Pomoc Dzieciom) i Paweł Althamer (za dokonania w sztuce)²⁷.

Podobną inicjatywą, wpisującą się w ściśle określonego odbiorcę periodyku, było przyznawanie (od 1990 r.) tytułu Damy Biznesu. Celem tego przedsięwzięcia było promowanie tych kobiet, które wyróżniają się szczególnie zdolnościami w dziedzinie zarządzania, a także „Żyją i pracują z pasją, z wewnętrznym poczuciem sensu i spełnienia. Potrafią troszczyć się nie tylko o wyniki ekonomiczne firmy, ale i o satysfakcję zespołu ludzi, którym kierują”²⁸. Laureatkami poszczególnych edycji konkursu były m.in.: Grażyna Patulska (1998), Beata Pawłowska (2000), Hanna Gronkiewicz-Waltz (2004).

Pojawiały się także anonse, informujące o inicjatywach, organizowanych przez inne periodyki bądź instytucje, na przykład w 2003 r. zamieszczono informację o akcji *Kobieta Bezpieczna*, o której pisano również na łamach innego omawianego w pracy periodyku („Elle”).

„Zwierciadło” adresowane było do kobiet w wieku 20–44 lat, mających wykształcenie wyższe lub średnie, posiadających stałą pracę oraz wysokie dochody, mieszkających w miastach powyżej 100 tys.²⁹ Jako periodyk zaliczany do magazynów ekskluzywnych, kierowany był do „kobiet sukcesu”, o szerokich zainteresowaniach, które jednocześnie chcą poznać tajemnice własnej duszy, ale i nie stronią od nowinek, które pozwolą im zadbać o zdrowie, kondycję i urodę. Redakcja starała się pozyskać czytelników także wśród mężczyzn, stąd cyklicznie drukowano specjalną część dla panów, zatytułowaną *Nowy mężczyzna (Po drugiej stronie)*. Drukowano ją w specjalnych, dwustronnych damsko-męskich numerach.

Zarówno periodyk, jak i jego dziennikarze byli kilkakrotnie nagradzani. Na przykład w 2001 r. trzecia nagroda w konkursie Polskiej Fotografii Prasowej w kategorii Ludzie przypadła Jackowi Piotrowskiemu, współpracującemu z magazynem. Anna Maria Nowakowska zdobyła w tym samym roku Grand Prix w konkursie zorganizowanym przez fundację Keep Walking na najciekawszy reportaż, zaś w 2002 r. B. Dzięgielewska została odznaczona Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski. Magazyn otrzymywał kilkakrotnie nagrodę w Konkursie Projektowania Prasowego

²⁶ [br. aut.], *Strzał...*, s. [8].

²⁷ Więcej, zob. *ibidem*, s. [8]–[9].

²⁸ [br. aut.], *Dama biznesu 2000*, „Zwierciadło” 2001, nr 4, s. 54.

²⁹ <http://www.mediabuy.pl/prasa/Zwierciadlo/>, kwiecień 2011.

(kolejno w 2002, 2003, 2004 i 2005 r.). Doceniano m.in. typografię oraz okładki pisma.

„Zwierciadło” w ciągu swej długiej historii odegrało znaczącą rolę na polskim rynku prasowym. Było pismem kilku pokoleń kobiet, które sięgały po nie z różnych powodów: dla rozrywki, dla felietonów ulubionych autorów, ale także szukając rozwiązania własnych problemów. Jedna z czytelniczek wyznała:

„Zwierciadło” odkryłam przypadkiem i nie od razu zorientowałam się, jak wartościowym jest pismem. Czytałam o ludziach, którzy są szczęśliwi i potrafią znaleźć radość życia, choć stykają się z ogromem zła w sercach innych. Czytałam o ludziach, którzy robią z pasją to, co kochają, mimo że czasem im trudno. Czytałam wreszcie listy dotyczące wcześniejszych numerów, których nie widziałam na oczy, ale tematyka w nich zawarta dotyczyła bliskich mi spraw. Przeczytałam to wszystko i płakałam. [...] Uświadomiłam sobie, jak wiele straciłam nie pracując nad sobą, nie próbując zmienić tego, co złe, ale uciekając przed sobą, przed przeszłością, przed przeżyciami z domu rodzinnego. Dopiero teraz wiem, jak wiele zależy ode mnie³⁰.

Ta laurka, wystawiona periodykowi, potwierdzała, że udało mu się zrealizować życzenie pierwszego zespołu redakcyjnego pisma: być zawsze blisko kobiet, być rzecznikiem ich spraw, pomagać im w rozwiązywaniu życiowych problemów. Świątując 50-lecie istnienia tytułu, T. Jastrun pisał:

Jeśli „Zwierciadło” dożyje stu lat, pozdrowimy was w roku 2057. Pochylcie się nad nami życzliwie. Mamy nadzieję, że przyznacie: na początku XXI stulecia to było zaskakująco dobre pismo. Chociaż prywatne, to z misją społeczną, unikające wszechobecnej komercji i stawiające na rozwój duchowy człowieka³¹.

Promowanie owego rozwoju duchowego widać wyraźnie także w wyborze literatury, proponowanej czytelnikom na łamach magazynu.

3.2.3. *Miłość, zazdrość, literatura*³²: książka na łamach pisma

Informacje o książce, zamieszczane na łamach „Zwierciadła”, stanowiły jego ważną część. Wyraźne było zainteresowanie redakcji sprawami bezpośrednio i pośrednio związanymi z literaturą, a także zaangażowanie w jej promowanie. Zwraca uwagę nie tylko liczba, ale również duże zróżnicowanie zastosowanych form tychże informacji. Część z nich pojawiła się, obok innych kwestii kulturalnych, w środkowej części periodyku, najpierw anonsowana w spisie treści zwrotem *Polecamy*, a następnie jako

³⁰ „Zwierciadło” 2001, nr 3, s. 41.

³¹ T. Jastrun, *Historia w numerach*, „Zwierciadło” 2007, nr 5, s. 85.

³² Tytuł jednej z publikacji, związanej z interesującą nas tematyką, zob. „Zwierciadło” 2004, nr 5, s. [34]–[35]. Numer damsko-męski.

część działu *Kultura*. Zajmował on średnio 10 stron, obejmując następujące rubryki: *Sztuka*, *Książka* (←*Nowości wydawnicze*), *Film*, *Teatr* (od 2002 r. z tej rubryki zrezygnowano), *Muzyka*, sporadycznie *Postać*, a w późniejszym okresie *Poezja rozbiegana*. Do numeru 11 (2003) w stopce redakcyjnej pojawiała się nazwisko J. Wróblewskiego jako szefa działu, natomiast później każda rubryka podpisywana była przez dziennikarza, który ją przygotowywał, bez wskazania na osobę odpowiedzialną za całość prezentowanego materiału. W ciągu analizowanego okresu pojawiły się na łamach pisma następujące nazwiska związane ze sprawami kulturalnymi: Magdalena Boratyńska-Komar, Manana Chyb, Tatiana Cichocka, Julia Daniszewska, Alina Gutek, Tomasz Jastrun, Joanna Klimczyk, Krystyna Kuczyńska, Jacek Melchior, Magda Mizuro, Magda Rybak, Stach Szablowski, Mariola Wiktor, Iwona Zabielska-Stadnik, Honorata Zapaśnik.

Duża różnorodność form informacji o książce pozwoliła, podobnie jak w przypadku prasy opinii, wyodrębnić kilka ich kategorii. W tabeli 39 przedstawiono odnoszące się do nich dane statystyczne³³.

Tabela 39. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje	407
Wywiady	58
Reklamy książek	150
Sylwetki/portrety	70
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego	37
Ekranizacje, adaptacje oraz inscenizacje znanych dzieł	27
Konkursy i akcje	157
Listy bestsellerów	–
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	14
Inne ^a	345
Ogółem	1 265

^a W tej kategorii uwzględniono felietony pisarzy, fragmenty powieści, opowiadania, krótkie informacje dotyczące książek, donoszące m.in. o jubileuszach pisarzy, ciekawostki, np. o stronach internetowych poświęconych literaturze, propozycje lektur związanych z literaturą, odnoszących się do tematu podjętego w danej publikacji itd.

Źródło: badania własne.

³³ Wzorem poprzednich rozdziałów i w tym przyjęto kolejność podawania danych kategorii według kolejności ich prezentacji.

Ogólna liczba wszystkich informacji związanych bezpośrednio lub pośrednio z literaturą i książką była stosunkowo duża, szczególnie, jeśli spojrzymy na nią w kontekście typu omawianego periodyku i wynikających zeń funkcji.

Największą grupę stanowiły recenzje. Ich liczba (407) oznacza, że w jednym numerze pisma drukowano ich średnio 6,7. Wynikało to z faktu, że rubryka recenzyjna była systematycznie rozbudowywana, a także stanowiło konsekwencję tego, że recenzje pojawiały się również poza działem poświęconym kulturze.

Drugie miejsce zajęła kategoria Inne (345). Znalazły się tu bardzo zróżnicowane informacje, także pod względem objętości; niektóre z nich miały postać jednozdaniowych wzmianek, inne zajmowały jedną stronę.

Zwraca również uwagę liczba konkursów i akcji związanych z książką (157). Były one regularnie organizowane przez cały badany okres, przyjmując różnorodną formę (ze względu na ich znaczenie zostaną jednak omówione w dalszej części rozdziału). Przy tak dużym zaangażowaniu pisma w upowszechnianie literatury może dziwić brak list bestsellerów.

Względnie dużą grupę stanowiły reklamy wydawnicze, aczkolwiek już w tym miejscu należy zasygnalizować, że podana liczba jest efektem zamieszczania przez edytorów obszernych anonsów, w których jednorazowo znajdowały się informacje o 20 i więcej tytułach.

Wymienione informacje o książce drukowano w różnych miejscach magazynu, przy czym tylko niektóre z nich miały swoje stałe miejsce w ramach działu kulturalnego. Jednym z jego niezmiennych elementów były recenzje.

3.2.3.1. *Nici światła między nami*³⁴: miejsce recenzji w układzie pisma

W latach 2001–2005 na łamach „Zwierciadła” ukazało się 407 recenzji książek³⁵. W tabeli 40 zaprezentowano ich liczbę w poszczególnych latach.

Tabela 40. Recenzje zamieszczane na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji
2001	69
2002	80
2003	89
2004	78
2005	91
Ogółem	407

Źródło: badania własne.

³⁴ Tytuł jednej z recenzji. „Zwierciadło” 2004, nr 5, s. 60.

³⁵ W tej liczbie 380 recenzji pochodziło od redakcji. Pozostałe stanowią przykład m.in. zaangażowania czytelników w konkursy i akcje organizowane przez periodyk.

Liczba recenzji w każdym z badanych roczników utrzymywała się na zbliżonym poziomie, zaś w 2005 r. osiągnęła pułap 91 omówień.

Warto zaznaczyć, że w przeciwieństwie do przedstawionych wcześniej periodyków z grupy pism opinii, gdzie recenzentów było kilku, a nawet kilkunastu, w tym przypadku wybrane książki omawiała jedna osoba, przypisana do rubryki recenzyjnej. W ciągu pięciu lat prezentacją wybranych lektur zajmowały się kolejno: M. Boratyńska-Komar (od pierwszego badanego numeru w 2001 r. do numeru 3 w 2003 r. włącznie, 124 recenzje), J. Klimczyk (4/2003–1/2005, 86 omówień) oraz M. Mizuro (2/2005–12/2005, 43 recenzje). Proponowały one wybrane tytuły w ramach rubryki *Książki* (← *Nowości wydawnicze*), zamieszczanej w dziale kulturalnym. Od numeru 1 (2003) czytelnik pisma miał możliwość poznać także książki, przedstawiane przez R. Arendt-Dziurdzikowską w dziale *Psychologia*, najpierw w skromnej rubryce *Na szczęście*, gdzie pojawiały się również inne informacje, a później już na rozbudowanej, autorskiej stronie zatytułowanej *Moje książki*.

Poza wymienionymi recenzentkami, wybrane przez siebie książki proponowali (w innych, poza wspomnianymi, rubrykach pisma): Monika Krassowska-Kaszuba (4), Lucyna Olszewska (3), Maria Migdalska, Janusz Miliszkievicz, Jan Nowicki, Anna Szokal, Iwona Zabielska-Stadnik (po jednej). W czterech przypadkach tego typu informacje nie były podpisane (zob. Aneks 29. Autorzy recenzji zamieszczanych książek na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005).

W analizowanym okresie postać recenzji kilkakrotnie się zmieniała. Uwaga ta dotyczy szczególnie podstawowej rubryki, drukowanej w dziale kulturalnym.

Przez pierwszy analizowany rok pozostawała ona niezmienna (zob. zdjęcie 76). Jednak już na początku roku następnego pojawiły się pierwsze, nieznaczne na razie, modyfikacje. Dotyczyły one kroju czcionki w nazwie rubryki (1/2002) oraz dwukolorowego tytułu i innego kroju czcionki w tytule recenzji (3/2002). Ale już od kolejnego wydania (4/2002) nastąpiły wyraźniejsze zmiany: pojawił się inny układ recenzji na stronie oraz podkreślenie dwóch z nich. Przedstawiono wybrane przykłady, prezentujące kolejne pomysły redakcji w odniesieniu do interesującej nas strony recenzyjnej (zdjęcie 76–79).



Zdjęcie 76. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2001, nr 3, s. 63

Zdjęcie 77. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2002, nr 2, s. 83





Zdjęcie 78. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2002, nr 3, s. 95

Zdjęcie 79. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2002, nr 4, s. 79



Wydaje się, że ostatnia z zaprezentowanych zmian nie była najlepszym rozwiązaniem: strona stała się mniej czytelna, przy czym podkreślenie dwóch recenzji, zamieszczonych w dolnej części strony, mogłoby sugerować, że proponowane książki są szczególnie polecane, ale przeczyłby temu nagłówek, zwłaszcza zaś określenie „ponadto”. Wydaje się, że był to raczej zabieg graficzny, niezbyt szczęśliwie dobrany.

Od numeru 5 (2002) nastąpiła kolejna kosmetyczna zmiana, tym razem dotycząca kroju czcionki w nazwie strony, poświęconej recenzjom. Aż do końca 2002 r. rubryka ta (obok innych informacji kulturalnych) zapowiadana była w spisie treści krótkim zaproszeniem: *Ponadto polecamy*, od numeru 10 (2002) ograniczonym do, może nieco deprecjonującego, *Ponadto*. Wraz z wydaniem pierwszym w następnym (2003) roku zastąpiono dotychczasowe *Książki* → *Nowościami wydawniczymi*, nadal w ten sam sposób anonsowanymi. Zrezygnowano z podkreśleń recenzji i z ich dotychczasowego nagłówka *Ponadto polecamy*, a od numeru lutowego po raz pierwszy pojawił się w rubryce dodatkowy element: dolną część strony przeznaczono na rekomendację wybranej książki przez znaną osobę: pisarza, kompozytora, aktora, reżysera, wydawcę. Dwa miesiące później (4/2003) zdecydowano się na wprowadzenie w spisie treści niewyszukanej, ale adekwatnej nazwy *Kultura*. Jednocześnie w jej ramach zwiększono miejsce przeznaczone na recenzje książek: z 1 do 2 stron. Recenzję pochodzącą od znanej osoby drukowano odtąd na ciemnoszarym tle. Tę ewolucję przedstawiają zdjęcia 80–83.



Zdjęcie 80. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2002, nr 5, s. 78

Zdjęcie 81. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 1, s. 80





Zdjęcie 82. Przykładowa strona recenzyjna (jedna z dwóch) na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 2, s. [86]



Zdjęcie 83. Przykładowa strona recenzyjna (jedna z dwóch) na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 6, s. 98

Zaproszenie znanych osób do podzielenia się z miłośnikami „Zwierciadła” wrażeniami po przeczytaniu danych lektur było z jednej strony interesującym pomysłem, o charakterze promocyjnym, a z drugiej wprowadzającym inne, poza redakcyjnym, spojrzenie na książkę. Podobnie powrót do umieszczania kopii okładek (które były najbardziej barwnymi elementami na stronie) prezentowanych książek przy odpowiadającym im recenzjom wydaje się trafnym rozwiązaniem. Zwiększenie miejsca przeznaczonego na prezentację książek pozwoliło jednocześnie na rozszerzenie objętości recenzji.

W numerze 9 (2003) zabrakło rekomendacji znanej osoby, ale w zamian pojawiła się propozycja konkursu na recenzję napisaną przez czytelników. Jakkolwiek miała się ona pojawić już od numeru październikowego, to jednak zamieszczono ją po raz pierwszy dopiero w wydaniu listopadowym³⁶. Najciekawsze recenzje przysyłane przez czytelników drukowano w pięciu kolejnych numerach, do marca następnego roku łącznie.

Od numeru pierwszego w 2004 r. ponownie zmienił się wygląd stron recenzyjnych: zdecydowano się na inne rozmieszczenie omówień i przypisanych doń opisów bibliograficznych. Całość recenzji drukowano odtąd na szarym tle, z dodatkowym wyróżnieniem propozycji pochodzącej od czytelnika, a od numeru 4 (kiedy konkurs na najciekawszą recenzję się skończył) prezentacji książki, polecanej przez znaną osobę. Od numeru kwietniowego zaczynając, cztery kolejne wydania to dowód na brak zdecydowania redakcji: obok stałych recenzji J. Klimczyk pojawiała się albo informacja o konkursie sms-owym związanym z książką, albo opinia znanej osoby, polecającej wybraną lekturę, albo wszystkie te elementy razem³⁷. I dopiero od numeru 8 (2004) zdecydowano się na stałą formułę tej części działu, która odtąd, do września 2005 r. łącznie, składała się konsekwentnie (pomimo zmiany recenzentki w numerze lutowym) z trzech stałych części: czterech recenzji odredakcyjnych, tytułu proponowanego przez (zazwyczaj) celebrytę oraz konkursu sms-owego, przeważnie związanego z wybraną książką. W trzech ostatnich analizowanych numerach propozycje książkowe znanych osób zastąpiła niewielkich rozmiarów rubryka *Nad czym pracuje...* wybrany pisarz. Zdjęcia 84–89 przedstawiają wybrane przykłady odzwierciedlające trzy ostatnie zmiany w badanym okresie.

Dwa ostatnie rozwiązania zdają się być najkorzystniejsze z punktu widzenia czytelnika: zyskał on – dzięki przejrzystemu układowi stron, stonowanym kolorom, wyraźnym kopiom okładek, zachęcającym konkursom oraz interesującej informacji związanej z warsztatem pracy znanego pisarza – profesjonalnie i ciekawie przygotowaną stroną recenzyjną.

³⁶ Zrezygnowano z omawiania zmian w numerach 10–12 (2004) jako już zbyt szczegółowych i jednocześnie niewiele wnoszących do przedstawianych rozważań.

³⁷ Zob. „Zwierciadło” 2004, nr 4, s. [70]–71; nr 5, s. 58–59; nr 6, s. 80–81; nr 7, s. 82–83.



Zdjęcie 84. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2004, nr 1, s. 54

Zdjęcie 85. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2004, nr 1, s. 55





Zdjęcie 86. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2004, nr 12, s. 78



Zdjęcie 87. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2004, nr 12, s. 79



Zdjęcia 88. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2005, nr 12, s. 92



Zdjęcia 89. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2005, nr 12, s. 93

Interesującym spostrzeżeniem wydaje się fakt, że liczne modyfikacje, wprowadzane w tej części pisma, następowały niezależnie od zmian recenzentek. Podczas analizy zebranego materiału wykazano, że profil proponowanych lektur pozostał ten sam.

Jak wspomniano wcześniej, czytelnicy „Zwierciadła” mieli również możliwość poznać książki wybrane przez R. Arendt-Dziurdzikowską, zajmującą się w piśmie zagadnieniami z dziedziny psychologii. Tytuły przez nią proponowane drukowano zatem w odpowiadającym zainteresowaniom autorki dziale, co w sposób wyraźny determinowało charakter polecanych lektur. Początkowo omawiała ona krótko wybrane tytuły we wspomnianej wcześniej rubryce *Na szczęście*, obok ciekawostek m.in. z dziedziny psychologii.

Za każdym razem rubryka poprzedzana była swego rodzaju mottem, jednak nie zawsze do końca adekwatnym do znajdujących się poniżej informacji. Recenzowana książka zdawała się być jedną z ciekawostek pomieszczanych na stronie.



Zdjęcie 90. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 1, s. 8



Zdjęcie 91. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2005, nr 4, s. 88

Od numeru 1 (2003) R. Arendt-Dziurdzikowska stała się jednak autorką samodzielnej rubryki, a jej indywidualny charakter podkreślony był przez nazwę: *Moje książki*. Pomysłodawczyni przyznawała: „nie kupuję biżuterii,

kupuję książki. O tych najpiękniejszych i najważniejszych piszę dla Was³⁸. Odtąd, aż do ostatniego numeru w 2005 r., czytelnicy odnajdowali propozycje R. Arendt-Dziurdzikowskiej na stronie drukowanej przeważnie tuż przed *Nowościami wydawniczymi*. Do numeru 11 (2003) omówienia 2–3 książek miały postać odpowiadającym im 2–3 kolumnom na stronie, pojawiało się również zdjęcie recenzentki. Jedyna zmiana odnośnie tej strony nastąpiła od grudnia 2003 r.: recenzje wypoziomowano, zmieniono fotografię recenzentki. Wybrane przykłady, które ukazują opisane zmiany – zob. zdjęcia 90–91 (s. 325).

Strona sprawiała wrażenie surowej: pomimo zdjęcia recenzentki oraz kopii okładek proponowanych książek wyraźnie widać, że w tym przypadku ważniejsze było przedstawienie wybranej lektury niż nacisk na elementy, które dodatkowo miałyby zachęcić do jej przeczytania. Ważne było również krótkie wprowadzenie w tematykę proponowanych tytułów, nierzadko zawierające wydziwki osobisty.

3.2.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady

W ciągu pięciu lat na łamach „Zwierciadła” zrecenzowano w sumie książki 341 autorów, wśród których znalazło się 243 twórców obcych i 98 polskich (zob. Aneks 30. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005). Biorąc pod uwagę adresata pisma, przeanalizowano zestawienie autorów recenzowanych książek pod względem płci: okazało się, że w 150 przypadkach były to kobiety, w pozostałych 191 mężczyźni. A zatem nie istniał wyraźny związek pomiędzy wspomnianymi czynnikami, nie starano się także w sposób zdecydowany promować kobiet-auterek. Zwracano jednak uwagę czytelników na książki napisane przez współpracowników pisma. Prezentowano na przykład *Siedem boskich pomyłek* W. Eichelbergera i R. Arendt-Dziurdzikowskiej, *Gorący lód* T. Jastruna czy *Księżę początku i Czteroletnią filozofkę* autorstwa Anny Nasiłowskiej.

Rzadko sięgano częściej niż raz po książkę tego samego autora.

Tendencją do prezentacji kilku tytułów tego samego twórcy widać szczególnie w przypadku *Moich książek*, gdzie R. Arendt-Dziurdzikowska zaproponowała czytelnikom w badanym okresie 103 tytuły 80 autorów³⁹. Jednocześnie specyfika tej rubryki powodowała, że większość nazwisk, jaka się w tym miejscu pojawiała, nie należała do powszechnie znanych,

³⁸ „Zwierciadło” 2003, nr 1, s. 83.

³⁹ Ze względu na charakter tej strony, częściowo omówiono ją oddzielnie. Jednocześnie, ponieważ wyraźnie wpisywała się ona w przesłanie pisma, zdecydowano się scharakteryzować ją jako pierwszą, zaś rubrykę *Książki* (→ *Nowości wydawnicze*) zaprezentowano w dalszej części rozdziału.

a i wybór lektur podporządkowany był, co należy podkreślić, określonym kryteriom. Były to m.in. książki psychoterapeutów (6 tytułów Irvina Yaloma), psychoanalityków (Clarissa Pinkola Estés: 3 tytuły), psychologów (Kena Wilbera: 3 tytuły), filozofów i mistyków (Anthony'ego de Mello: 3 tytuły), nawiązujące do buddyzmu (Pema Cziedryna: 4 tytuły, Thicha Nhata Hanha: 2 tytuły), a także książki hinduskiego guru, Bhagwana Shree Rajneesha [Osho] (3 tytuły). Były to „Książki o przyjmowaniu wszystkich uczuć, o współczuciu i miłości”⁴⁰, „Książki osobiste, gorące, przemyślane w każdym szczególe”⁴¹, o których R. Arendt-Dziurdzikowska pisała z dużym zaangażowaniem, dzieląc się z czytelnikami swoimi osobistymi odczuciami. Nierzadko przybliżała również krótko sylwetkę autora, przytaczała jedną z opowiedzianych przez niego w proponowanej książce historii. Z recenzji zamieszczanych w tym miejscu w magazynie wyłaniał się stosunkowo spójny obraz. Składały się nań lektury, których autorzy stawiali ważne i nierzadko trudne pytania, dotyczące życia, jego duchowego wymiaru, mówiące zarówno o harmonii, miłości i szczęściu, jak i o cierpieniu, rozpaczy, nietrwałości i zmienności bytu ludzkiego⁴², które wpisywały się w poradnikowo-społeczny charakter pisma. Były to także przeważnie recenzje książek traktujących o potrzebach ducha i ciała, mówiące o ludzkich słabościach i sile człowieka, o jego marzeniach i o tym, jak je realizować, pisane w sposób przystępny i według R. Arendt-Dziurdzikowskiej, ciekawy. Wśród proponowanych tytułów kilkakrotnie pojawiły się lektury, przypominające, że ludzkim życiem rządzi łańcuch przyczynowo-skutkowy i że warto zastanowić się nad kolejnym krokiem, zanim się go zrobi, nad słowem, które może spowodować trudne do przewidzenia skutki, bo „wszystko jest połączone ze sobą niewidzialnymi niciami światła”⁴³. Warto za R. Arendt-Dziurdzikowską przytoczyć jedną z historii, opowiedzianych w proponowanej czytelnikom książce:

Pewnego dnia piękna i nieszczęśliwa Anshi gotowała ryż na rodzinny posiłek, kiedy teściowa wściekła się na nią bez istotnego powodu. Synowa wydawała się nie zwracać uwagi na jej przykre słowa, nagle jednak wyciągnęła z ognia kawałek drewna i gwałtownym ruchem wyrzuciła go przez okno: przez przypadek spadł na przechodzącego barana, którego runo zajęło się ogniem. Przerażony baran popędził prosto przed siebie i rzucił się na stóg siana, który też zaczął płonąć. Ponieważ tego dnia wiał silny wiatr, ogień dotarł do obór i stajni. Bydło i konie, uciekając, w zamęcie zniszczyły dom sąsiada. Ten, jako że z natury był człowiekiem

⁴⁰ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Moje książki*, „Zwierciadło” 2004, nr 12, s. 76.

⁴¹ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Moje książki*, „Zwierciadło” 2003, nr 5, s. 74.

⁴² Zob. np. R. Arendt-Dziurdzikowska, *Zbudować zamek i narobić hałasu*, „Zwierciadło” 2004, nr 7, s. 78; eadem, *Uwolnić szczęście*, *ibidem*, 2005, nr 12, s. 90; *Miłość plus praca*, *ibidem*, 2003, nr 9, s. 74; *To lato też przeminie*, *ibidem*, 2004, nr 9, s. 70.

⁴³ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Nici światła między nami*, „Zwierciadło” 2004, nr 5, s. 60.

mściwym, poszukał zwady z właścicielem koni i tym sposobem, od sąsiada do sąsiada, od wioski do wioski, od prowincji do prowincji, rozprzestrzeniła się wojna, niczym pożar zarośli, i spustoszyła cały kraj. Oto, co może spowodować złość jednej jedynej teściowej⁴⁴.

Polecany zestaw książek w rubryce, stanowiącej część działu *Psychologia*, służyć miał zapewne w założeniu poszerzaniu świadomości czytelników, pobudzaniu ich do zastanowienia się nad sprawami najważniejszymi, które, jak przyznawała recenzentka, mogą być czasem „Drażniące, bo wyrwywają z błogiej drzemki”⁴⁵, ale które czytelnik „Zwierciadła” powinien poznać, ponieważ są to nierzadko „Książki przełomowe, bo przekraczają granicę, poszerzają świadomość”⁴⁶. Czytelnicy mogli w nich znaleźć „Słowa, które uzdrawiają”⁴⁷, często wtedy, gdy „życie nas przerasta”⁴⁸. Należy zaznaczyć, że nie wszystkie przedstawiane w tym miejscu lektury były autorstwa psychologów, filozofów czy mistyków. Ale nawet recenzja bestsellera Katarzyny Grocholi niosła ze sobą wyraźne przesłanie: „Nigdy w życiu nie wolno się poddawać”⁴⁹ i korespondowała z charakterem innych omówień. Podobnie było w przypadku prezentacji *Encyklopedii kompozycji ogrodowych*: analogia pomiędzy pielęgnacją roślin a życiem człowieka posłużyła recenzentce do przekazania czytelnikom paru rad⁵⁰. Zaledwie kilka książek adresowanych było wyraźnie do kobiet⁵¹; pozostałe propozycje mogły być w równym stopniu skierowane do czytelniczek, jak i do męskiej części odbiorców⁵².

Uwagę czytelników zwracały tytuły, zamieszczanych w omawianej rubryce recenzji. Oto kilka przykładów⁵³: *Biały człowiek szydzi, gardzi, pluje; Bogowie się śmieją; Brama dla marzeń; Ciało zna odpowiedź; Czego dusza*

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ Jakkolwiek uwaga ta pojawiła się w jednym z numerów przy recenzji dwóch wybranych książek, to można ją odnieść do większości proponowanych przez R. Arendt-Dziurdzikowską książek. R. Arendt-Dziurdzikowska, „Zwierciadło” 2005, nr 3, s. 84.

⁴⁶ Zob. przyp. 45.

⁴⁷ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Słowa, które uzdrawiają*, „Zwierciadło” 2001, nr 1, s. 83.

⁴⁸ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Kiedy życie nas przerasta*, „Zwierciadło” 2002, nr 2, s. 85.

⁴⁹ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Nigdy w życiu!*, „Zwierciadło” 2001, nr 6, s. 93.

⁵⁰ R. Arendt-Dziurdzikowska, *Ogród jak dusza*, „Zwierciadło” 2004, nr 5, s. 60.

⁵¹ Zob. np. R. Arendt-Dziurdzikowska, *Żeglarzem, okrętem, a nawet oceanem*, „Zwierciadło” 2005, nr 9, s. 84; eadem: *Święte kobiety kochają i cierpią*, *ibidem*, 2003, nr 12, s. 84.

⁵² To kolejna specyficzna cecha omawianego magazynu, wcześniej już wspomniana redakcja zamieszczanymi na łamach periodyku treściami, w tym związanymi z książką, starała się zainteresować mężczyzn.

⁵³ Kolejno: „Zwierciadło” 2005, nr 11, s. 86; 2002, nr 4, s. 87; 2005, nr 1, s. 56; 2004, nr 4, s. 68; 2005, nr 7, s. 94; 2001, nr 3, s. 87; 2005, nr 2, s. 70; nr 7, s. 94; 2002, nr 3, s. 97; nr 1, s. 83; 2004, nr 12, s. 76; 2001, nr 7, s. 91; 2003, nr 6, s. 96; 2005, nr 5, s. 88; 2004, nr 5, s. 60; 2005, nr 8, s. 66; 2003, nr 12, s. 84; 2004, nr 8, s. 74; 2001, nr 1, s. 83; 2003, nr 7, s. 100; 2004, nr 2, s. 66; 2005, nr 6, s. 100–101.

zapragnię; Czy jesteś wojownikiem światła?; Czy zdążyłam powiedzieć, że cię kocham?; Dusza spotyka... wielką truskawkę; Fala jest morzem; JA jest złudzeniem; Marzyć, czyli zmieniać; Mieć czy być?; Miła albo zdrowa; Mój przyjaciel gepard, mój brat słoń; Nici światła między nami; Nieugięci piją słodką rosę; Odwaga to strach, który umie się modlić; Podążyć za zdarzeniem; Słowa, które uzdrawiają; Smakołyki dla ducha; W świecie bez lęku; Złość to czerwono-żółty wesoły stworek.

Książki omówione przez R. Arendt-Dziurdzikowską pochodziły z oferty 44 edytorów. Najczęściej proponowała ona tytuły Agencji Wydawniczej Jacka Santorskiego, psychologa i psychoterapeuty (19) oraz Gdańskiego Wydawnictwa Psychologicznego (10 propozycji). Zwraca uwagę również liczba recenzowanych książek Wydawnictwa W.A.B. (9), które nie specjalizowało się bynajmniej w edycji preferowanych w rubryce tekstów. Takie propozycje oferował m.in. Buddyjski Dom Wydawniczy, Fundacja Centrum Kabbalah czy Związek Buddystów Zen „Bodhidharma” – książki przez nich wydane określały kierunek zainteresowań R. Arendt-Dziurdzikowskiej (zob. Aneks 31. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005. Strona recenzyjna: *Moje książki*).

Ta rubryka miała jednoznacznie określony charakter, a książki w niej prezentowane, co zostało już podkreślone, tworzyły jednolity obraz, niosący przesłanie, wpisujące się w ideologię pisma, widoczną także w innych tekstach, zamieszczanych na jego łamach.

Inny charakter miała podstawowa rubryka recenzyjna, jaką były *Nowości wydawnicze* (wcześniej znana czytelnikom jako *Książki*). Jak już wspomniano, początkowo zajmowała ona jedną stronę działu kulturalnego, później jej objętość zwiększono do dwóch stron. Do numeru lutowego w 2003 r. w tym miejscu pojawiały się wyłącznie recenzje odredakcyjne, później eksperymentowano z różnymi rozwiązaniami i propozycjami, jak choćby (przypomnijmy) z rekomendacjami pochodzącymi od znanych osób, które zgodziły się podzielić się z czytelnikami „Zwierciadła” opinią na temat swoich ulubionych lektur.

Recenzje odredakcyjne pochodzące najpierw od M. Boratyńskiej-Komar, później J. Klimczyk, a następnie M. Mizuro, obejmowały bardzo zróżnicowane lektury, aczkolwiek należy zaznaczyć, że owa różnorodność była niezależna od zmian na stanowisku recenzenta (-ek). W grupie książek, które pojawiły się w ciągu 5 lat w ramach tej rubryki, bardzo rzadko odnaleźć można było tytuły znane, a jeszcze rzadziej goszczące na listach bestsellerów. Świadczy o tym zarówno zestawienie nazwisk autorów, jak i fakt, że czytelnik rzadko poznawał więcej niż jeden tytuł tego samego twórcy. Tak zdarzyło się zaledwie w kilku przypadkach: dwukrotnie w omówieniach pojawili się pisarze zarówno znani szerszemu gronu odbiorców (m.in. Anna Bojarska, Paweł Huelle, Maria Janion, Roma Ligocka,

Joyce C. Oates, Sue Townsend, Janusz L. Wiśniewski⁵⁴), jak i tacy, o których większość czytelników słyszała zapewne po raz pierwszy (m.in. Elizabeth Abbott, Majgull Axellson, Cuca Canals, Sándor Márai)⁵⁵. Tezę tę potwierdza pełne zestawienie nazwisk: obok m.in. Williama Whartona pojawiają się m.in. Tsultrim Allione, Alain Ayache, Quentin Bell, Matthias van Boxsel, Saint Bris Gonzaque, Suzanne Brøgger, Gibran Khalil Gibran, Jhumpa Lahiri, Ignacio Padilla, Pramodya Ananta Toer, Banana Yoshimoto.

Nieco lepiej pod tym względem prezentował się przegląd nazwisk pisarzy polskich. Tu, pomimo różnego charakteru uprawianej przez nich twórczości, pojawiały się znacznie częściej nazwiska szerzej znane, choć, jak się zdaje, wynikało to raczej z faktu, że na polskim rynku wydawniczym trudno było młodym, nieznanym twórcom zadebiutować. Stąd pisano o książkach pisarzy już „sprawdzonych”, m.in. Małgorzaty Domagalik, Agnieszki Graff, Wojciecha Kuczoka, Andrzeja Stasiuka. Ale z drugiej strony, nie zapomniano jednak o *Leniwych maskotkach*, *rekinach na smyczy*, Tomasza Szlendaka czy *Niejasnej sytuacji na kontynencie*. *Prywatnym przewodniku po różnych stronach świata* Krzysztofa Środy, choć były to jednostkowe przypadki.

Przyglądając się książkom prezentowanym w tym miejscu, trudno jest (w przeciwieństwie do rubryki *Moje książki*) wskazać zdecydowane i jednolite kryteria, spajające całą grupę czy określić założenia, jakimi kierowały się recenzentki.

W wielu przypadkach polecano powieści, których bohaterowie uwikłani byli w trudne sytuacje życiowe bądź ich przeszłość naznaczona była piętnem, tajemnicą, cierpieniem, dramatem, z którym musieli zmierzyć się w dorosłym życiu. J. Klimczyk w odniesieniu do jednej z takich lektur napisała: „Nie sposób krótko streścić tej książki”⁵⁶ i wydaje się, że to stwierdzenie jest adekwatne do wielu proponowanych w tym miejscu tytułów. Spotykamy na przykład Cecylię, bohaterkę *Daleko od Niflheimu* (M. Axelsson), której spokojne z pozoru życie zakłóca „piekło wspomnień”. Zostaje zmuszona do bolesnego rozrachunku z przeszłością⁵⁷. Poznajemy bezimienną postać z powieści Fleur Jaeggy (*Proleterka*), w życiu której „Echa historii rodziny – rozbitego małżeństwa rodziców, smutnego dzieciństwa w domu zaborczej i nieczułej babki, bankructwa ojca, wreszcie obyczajowego skandalu związanego z matką – nieustannie powracają”⁵⁸. Spotkanie dwojga „naznaczonych”: Anelli (piętno pochodzenia żydowskiego, ciężar splątanych losów rodzinnych) i Vernora (kolor skóry, który na początku lat 60. XX w., w czasach, gdy toczy się akcja powieści, był wystarczającym

⁵⁴ W każdym z przypadków nazwisko pisarza znalazło się w rubryce dwukrotnie.

⁵⁵ Poza pierwszą pisarką, której nazwisko pojawiło się w recenzjach trzykrotnie, w pozostałych przypadkach zdarzyło się tak dwukrotnie.

⁵⁶ J. Klimczyk, *Urok perwersji*, „Zwierciadło” 2003, nr 10, s. 91.

⁵⁷ J. Klimczyk, *Piekło wspomnień*, „Zwierciadło” 2003, nr 12, s. 86.

⁵⁸ J. Klimczyk, *Wyprawa w pamięć*, „Zwierciadło” 2004, nr 2, s. 64.

powodem, by skazać człowieka na ostracyzm), to tło kolejnej książki, proponowanej czytelnikom pisma⁵⁹.

Wśród propozycji książkowych odnaleźć można także biografie (lub pretendujące do tego miana tytuły) znanych, nieprzeciętnych osób. Na przykład M. Boratyńska-Komar proponowała historię Juana i Evity Perón (Clive Foss)⁶⁰, J. Klimczyk polecała biografię Virginii Woolf autorstwa Quentina Bella⁶¹. M. Mizuro zachęcała do sięgnięcia po *Filozofię Andy'ego Warhola od A do B i z powrotem*, pióra samego artysty⁶², a także do przeczytania książki o Dorocie Terakowskiej (K. T. Nowak)⁶³.

Interesującą grupę książek stanowią propozycje powieści sensacyjnych z wątkiem kryminalnym (m.in. *Ławka 102*, Fred Vargas; *Zniknięcie Patò*, Andrea Camilleri; *Kobieta ze śniegu*, Leena Lehtolainen; *Pierrot mon ami*, Raymond Queneau), a także lektury wyraźnie adresowane do płci pięknej, choć o zgoła różnym charakterze, poczynając od klasyki feminizmu (*Kobięcy eunuch* Germaine Greer), poprzez *Gender dla średnio zaawansowanych. Wykłady szczecińskie* (Inga Iwasiów), *Nasze ciała, nasze życie* (oprac. B. Smoleń, E. Tomaszewicz), a kończąc na *Siostrzanych uczuciach* (M. Domagalik) czy książce, określonej jako „obowiązkowa lektura dla każdej z nas”⁶⁴, czyli *Nie wiem, jak ona to robi* (Allison Pearson).

Kilkakrotnie polecano także albumy i książki z przepisami kucharskimi (np. *Podróż po stołach Francji* Ludwika Lewina). Czytelnicy mogli poznać również opinię recenzentek „Zwierciadła” na temat kilku wybranych wydań o charakterze encyklopedycznym, jak choćby *Historię filmu* Jerzego Płażewskiego czy Janusza Daneckiego kompendium wiedzy poświęcone Arabom, albo leksykon Grażyny Stachówny *Polański od A do Z*. Proponowano też m.in. literaturę faktu (*Afganka, dziennik pielęgniarki* Karli Scheffer), zbiory felietonów (*Kultura obrażonych* Izabeli Filipiak) i eseje (*Żyjąc tracimy życie* Marii Janion).

Powyższy przegląd lektur potwierdza postawioną wcześniej tezę: książki proponowane w tej rubryce stanowiły konglomerat różnych typów, jednocześnie zaś w dużej mierze były promocją autorów mniej znanych.

Od strony formalnej można jednak wyodrębnić kilka wspólnych dla tych omówień elementów. Są nimi: streszczenie głównych wątków prezentowanej książki (najobszerniejsze czytelnicy zawdzięczali J. Klimczyk), rzadziej kilka zdań na temat autora (głównie w kontekście jego dotychczas-

⁵⁹ J. Klimczyk, *Szukając samej siebie*, „Zwierciadło” 2004, nr 5, s. 58.

⁶⁰ M. Boratyńska-Komar, *Ponadto polecamy*, „Zwierciadło” 2002, nr 5, s. 78.

⁶¹ J. Klimczyk, *Virginia i inni*, „Zwierciadło” 2004, nr 7, s. 83.

⁶² M. Mizuro, *A jednak geniusz?*, „Zwierciadło” 2005, nr 9, s. 87.

⁶³ M. Mizuro, *Moja mama czarownica*, „Zwierciadło” 2005, nr 12, s. 93.

⁶⁴ J. Klimczyk, *Między pracą a domem*, „Zwierciadło” 2004, nr 1, s. 55. Powieść o kobiecie, której udaje się łączyć obowiązki zawodowe z macierzyństwem.

sowych osiągnięć literackich, przywoływanie nagród, które zdobył) ocena (w niemal wszystkich przypadkach pozytywna, by nie powiedzieć, euforyczna, przy czym najbardziej osobistymi wrażeniami dzieliła się M. Komar-Boratyńska) i opis bibliograficzny, najpełniejszy, biorąc pod uwagę wszystkie recenzje, pomieszczane na różnych stronach periodyku. Poza autorem i tytułem recenzowanej książki pojawiało się tu miejsce wydania, nazwa wydawcy i rok wydania, a także nazwisko tłumacza w przypadku przekładu oraz liczba stron proponowanej lektury. Stałym elementem była także kopia okładki recenzowanej książki, zazwyczaj starannie wyeksponowana.

Poza trzema przypadkami omówienia zawierały oceny pozytywne, a nierzadko wręcz bardzo pochlebne. Czytelnik dowiadywał się, że polecana książka jest „interesująca”, „pasjonująca”, „poruszająca”, „świetna”, „warta naszego wysiłku”, „zabawna”, „znakomita”. Nierzadko okazywało się, że według recenzentki daną książkę „czyta się świetnie”⁶⁵, kolejna „urzeka od pierwszej do ostatniej strony”⁶⁶, a o jeszcze innej odbiorca mógł przeczytać, że „Pesymistyczna wymowa tej opowieści złagodzona została przez jej nieodpartą poetycką urodę, w której warto się zanurzyć”⁶⁷. Natomiast *Długa droga w dół* Nicka Hornby została określona przez M. Mizuro jako „antydepresyjna pigułka. Do zażycia natychmiast, choćby profilaktycznie”⁶⁸.

Niektóre z tytułów recenzji zamieszczanych w tej rubryce były sygnałem dotyczącym treści proponowanej książki, inne przyciągały wzrok dzięki zabawnemu lub intrygującemu sformułowaniu. Oto kilka wybranych przykładów⁶⁹: *80 dag treści*; *Być kobietą*; *Dogonić marzenia*; *Dźwięki i głosy*; *Europejka z kłami*; *Faceci na fastrygę*; *Kobiecość nabyta*; *Książka o Tobie*; *Książka dla wszystkich?*; *Mała czarna, duży kant*; *Miłość, wiatr i szachownica*; *O sensie i absurdalności życia*; *Po jakiej drabinie się wspinasz?*; *Pochwała kobiet*; *Wokulski evergreen*; *Wszystkie litery alfabetu*; *Żyję znaczy czytam* [pis. oryg.].

Książki przedstawione w omawianej rubryce pochodziły z oferty 62 wydawców⁷⁰ (zob. Aneks 32. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005. Strona recenzyjna: *Książki* → *Nowości*

⁶⁵ M. Boratyńska-Komar, *Zmrożone brzoskwinie*, „Zwierciadło” 2003, nr 2, s. [86].

⁶⁶ M. Mizuro, *Nieuleczalny przypadek melancholii*, „Zwierciadło” 2005, nr 7, s. 97.

⁶⁷ M. Mizuro, *Węgierski dryf*, „Zwierciadło” 2005, nr 3, s. 87.

⁶⁸ M. Mizuro, *Byli sobie desperaci*, „Zwierciadło” 2005, nr 6, s. 102.

⁶⁹ Kolejno: „Zwierciadło” 2005, nr 2, s. 72; 2002, nr 5, s. 78; 2001, nr 8, s. 73; 2004, nr 3, s. 91; 2005, nr 8, s. 69; 2003, nr 4, s. 78; nr 11, s. 93; nr 12, s. 86; 2005, nr 5, s. 91; nr 3, s. 87; 2003, nr 9, s. 76; 2002, nr 5, s. 78; nr 4, s. 30; nr 7, s. 84; 2003, nr 11, s. 94; 2004, nr 2, s. 64; 2003, nr 4, s. 78.

⁷⁰ W 17 przypadkach nie podano nazwy wydawcy. Jednak na potrzeby pracy sprawdzono brakujące informacje, wykorzystując jedną z baz bibliograficznych Biblioteki Narodowej („Przewodnik Bibliograficzny”), www.bn.org.pl, kwiecień 2011. W jednym przypadku nie ustalono wydawcy.

wydawnicze). W tabeli 41 przedstawiono tych edytorów, po ofertę których recenzentki *Książek* (→ *Nowości wydawniczych*) sięgały najczęściej.

Tabela 41. Wydawcy książek najczęściej recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Wydawnictwo W.A.B.	33 ^a
Dom Wydawniczy REBIS	22
Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	20
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	19
Wydawnictwo Muza	17
Wydawnictwo Literackie Czytelnik	16
Wydawnictwo Albatros	14 ^b
Wydawnictwo Czarne	12
Jacek Santorski & CO Agencja Wydawnicza	11

^a Jeden tytuł w koedycji z Wydawnictwem Albatros A. Kuryłowicz.

^b Jeden tytuł w koedycji z Wydawnictwem W.A.B.

Źródło: badania własne.

Jak wynika z tabeli 41, 33 tytuły recenzowane w omawianej rubryce były propozycjami Wydawnictwa W.A.B., o 11 mniej pochodziło z oferty Domu Wydawniczego REBIS. Zatem czytelnik „Zwierciadła” mógł przekonać się, że obydwie oficyny wydawały nie tylko książki znanych i uznanych pisarzy, ale nie wahały się w nawiązaniu współpracy także z twórcami mało popularnymi, których nazwiska (przynajmniej w Polsce) nie były rozpoznawalne przez większość odbiorców.

Interesujące wydaje się spostrzeżenie, że w tabeli 41 znalazła się również Agencja Wydawnicza Jacek Santorski & CO, przywołana także przy rubryce *Moje książki*. Z mniej znanych edytorów pojawiły się m.in. wydawnictwa: Anagram, Bis, Palabra, Poemat, Pogranicze, Solura, a także Fundacja Krakowska Alternatywa.

Należy jeszcze wspomnieć o recenzjach, drukowanych w innych, poza wspomnianymi dwoma, rubrykach.

I tak, w ramach rekomendacji w rubryce *Poleca...*, zamieszczanej na stronach *Nowości wydawniczych* pojawiło się w sumie 25 opinii na temat książek wybranych przez znane osoby. Wśród rekomendujących znaleźli się m.in. pisarze i poeci (Ewa Lipska, Izabela Sowa, Andrzej Stasiuk, Janusz L. Wiśniewski), wydawcy (Tomasz Brzozowski, Jacek Santorski), aktorzy (Dorota Segda, Joanna Szczepkowska), dziennikarz i krytyk filmowy (Tadeusz Sobolewski). Ich opinie obejmowały kilkanaście zdań, które uzupełniała kopia okładki proponowanej książki i niepełne w tym przypadku dane bibliograficzne (nierzadko na przykład zapominano o podaniu nazwiska

tłumacza w przypadku przekładu) oraz zdjęcie osoby rekomendującej. Ta forma informacji pojawiała się na łamach pisma od numeru 2 (2003) do nr 9 (2005).

Pięciokrotnie wydrukowano także recenzje pochodzące od czytelników. Stanowiły one wynik ogłoszonego przez pismo konkursu, dlatego zostaną bliżej scharakteryzowane w dalszej części rozdziału.

W 15 przypadkach pojawiła się również informacja o książce w ramach innych działów/rubryk: *Co słyhać?*, *Do zobaczenia*, *Krótko*, *Preteksty*, *Sztuka życia*, *Zdrowie*. Poza słowem od redaktor naczelnej (*Do zobaczenia*) omówienia drukowane w tych miejscach miały postać krótkich notek, opatrzonych podstawowym opisem bibliograficznym i zazwyczaj kopią okładki proponowanej książki. Znaleźć tu można było na przykład wzmiankę o *Słowniku ojczyzny-polszczyzny* Jana Miodka czy *Blondynce wśród łowców tęczy* Beaty Pawlikowskiej.

Reasumując, najobszerniejsze omówienia drukowano w dwóch przeznaczonych na to miejscach: pierwsze znajdowało się w dziale *Psychologia*, drugie systematycznie odnaleźć można było obok innych informacji dotyczących kultury, na stronie zatytułowanej *Książki* (→ *Nowości wydawnicze*). W obydwu przypadkach wspólnymi elementami była wyraźnie wyeksponowana kopia okładki proponowanej książki oraz dane bibliograficzne, dokładniejsze jednak w przypadku *Książek* (→ *Nowości wydawniczych*). Dodatkowym elementem *Moich książek* było natomiast zdjęcie recenzentki, R. Arendt-Dziurdzikowskiej. Podobizna autora recenzji pojawiała się również w rubryce *Poleca...*, co było udanym pomysłem, przyciągającym uwagę czytelników.

Należy podkreślić staranność w przygotowaniu każdej z opisanych rubryk, zaś pewne niedociągnięcia (jak na przykład brak nazwiska tłumacza w przypadku większości tytułów proponowanych przez R. Arendt-Dziurdzikowską) rekompensowano w pewnym stopniu merytoryczną wartością samej recenzji. Omówienia książek stanowiły ważną część pisma, były starannie dopracowane, chociaż w przypadku podstawowej rubryki, jaką były *Nowości wydawnicze*, zabrakło wyraźnego kierunku czy wspólnego obrazu, który wyłaniałby się ze stron proponowanych książek.

3.2.3.2. *Czarownik swojego plemienia*⁷¹: wywiady

Na łamach „Zwierciadła” w ciągu 5 lat pojawiło się 58 wywiadów z osobami bezpośrednio lub pośrednio związanymi z literaturą. Oto, jak przedstawiała się ich liczba w poszczególnych latach – tabela 42.

⁷¹ Tytuł wywiadu, zob. „Zwierciadło” 2005, nr 10, s. [46]–51.

Tabela 42. Wywiady z osobami związanymi ze światem literatury, zamieszczane na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	6
2002	8
2003	10
2004	11
2005	23
Ogółem	58

Źródło: badania własne.

Wraz z każdym rokiem wzrastała liczba interesujących nas wywiadów, co wpisywało się w rosnące z upływem badanego czasu zainteresowanie redakcji sprawami książki, a szerzej: literatury.

Rozmowy drukowano przede wszystkim w ramach takich działów, jak: *Naprawdę jaki jesteś*, *Pełną Parą*, *Spotkania* (w ich obrębie zamieszczano cykl *Pytań do dwojga*), rzadziej na stronach poświęconych *Wychowaniu* czy w sporadycznie pojawiającym się dziale *Rozmowa*. Wywiady przeprowadzali m.in.: Renata Arendt-Dziurdzikowska, Magdalena Banach, Tatiana Cichocka, Alina Gutek, niekiedy również Tomasz Jastrun oraz Jerzy Wróblewski.

Ta forma prezentacji twórców zajmowała zazwyczaj od dwóch do ośmiu stron, chociaż pojawił się (raz) również wywiad 10-stronicowy⁷². Obok wprowadzenia, stanowiącego zazwyczaj krótką charakterystykę danej osoby, w tekście zamieszczano także jej zdjęcia.

Redakcja wybierała głównie znanych twórców. Wśród nich znaleźli się m.in.: Marta Fox, Hanna Krall, Roma Ligocka, Amos Oz i Jerzy Pilch (zob. Aneks 33. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiady na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005). Tematem przewodnim była najczęściej twórczość danego autora, przy czym starano się dowiedzieć, w jakim stopniu stanowi ona odzwierciedlenie życia pisarza. Pytano także o inne, poza literackimi, zainteresowania. I tak na przykład, czytelnicy dowiedzieli się, jakie słabości ma i w co wierzy autor *Pod Mocnym Aniołem*⁷³, a co na temat męskiej przyjaźni sądzi Mirosław Czyżykiewicz⁷⁴.

⁷² Przeprowadzony był on z A. Bojarską i jej partnerem życiowym, Georgesem Rutowiczem, zob. „Zwierciadło” 2002, nr 7, s. 16–25.

⁷³ „Zwierciadło” 2001, nr 1, s. 27.

⁷⁴ „Zwierciadło” 2004, nr 1, s. [3]. Numer damsko-męski.

O swych książkach opowiadali m.in. Marta Fox, Wojciech Tochman i Agata Tuszyńska.

Cechą, która zdawała się wpisywać w formułę pisma kobiecego, były podwójne wywiady, przeprowadzane na przykład ze znanym pisarzem i jego żoną/partnerką życiową. Bohaterami takich rozmów byli m.in. Jonathan i Beverly Carroll, Paulo Coelho i Christina Oiticica, Henryk i Ewa Sawkowie, William Wharton i Rosemary du Aime. W takich przypadkach pytano przeważnie o okoliczności, w jakich przyszła para się spotkała, co sprawiło, że zwrócili oni na siebie uwagę, jak wygląda ich codzienne życie, jak radzą sobie z problemami, a ponieważ bohaterami owych wywiadów były przeważnie pary mające za sobą wiele wspólnych lat, nieodmiennie pytano również o receptę udanego związku. J. Carroll wyznał:

Ludzie się zmieniają. Po 30 latach wspólnego życia my też jesteśmy trochę innymi osobami niż wtedy, gdy się poznawaliśmy. Wszystko polega na szczęściu. Jeśli się je ma, miłość nie gaśnie. Akceptujemy te zmiany, razem się uczymy, wciąż nawzajem się poznajemy. To ożywia związek⁷⁵.

Z kolei P. Coelho stwierdził:

Jeśli ludzie naprawdę się kochają, nic nie jest w stanie zagrozić ich związkowi. Dobry związek wymaga czegoś więcej niż ciężkiej pracy. Trzeba umieć dawać sobie miłość⁷⁶.

Poruszające wyznania czytelnicy odnaleźli w rozmowie z autorem *W księżycową jasną noc* i jego żoną. W obliczu choroby W. Whartona i zbliżającej się śmierci, jego żona mówiła:

I znów czekają mnie samotne podróże, bo on nigdy nie lubił się ruszać z domu. Ale przecież zawsze będziemy razem, tylko że Bert będzie gdzie indziej⁷⁷.

Wymowa zamieszczanych wywiadów, szczególnie owych *Pytań do dwojga*, wpisywała się w poradnikowy, a z drugiej strony, optymistyczny charakter pisma. W obliczu problemów należy ze sobą rozmawiać, mówił bohater jednego z wywiadów. „Bez rodziny, bez tego spokoju ducha, jaki mam, bez komfortu psychicznego, jaki mi daje, nigdy bym tego [sukcesu – przyp. M.P.S.] nie osiągnął”⁷⁸ stwierdził inny. Wartości, podkreślane przez periodyk widoczne były zatem także w tej formie informacji o książce.

⁷⁵ Beverly i Jonathan Carroll w rozmowie z Januszem Wróblewskim, „Zwierciadło” 2003, nr 2, s. 23.

⁷⁶ Christina Oiticica, Paulo Coelho, rozm. B. Półtorak, „Zwierciadło” 2002, nr 5, s. 20.

⁷⁷ Z Williamem Whartonem i jego żoną Rosemary du Aime rozmawia Renata Arendt-Dziurdzikowska, „Zwierciadło” 2002, nr 11, s. [37].

⁷⁸ Pytania do dwojga. Henryk i Ewa Sawkowie, „Zwierciadło” 2002, nr 9, s. 19.

I w tym przypadku widać zainteresowanie magazynu kwestiami związanymi z psychologią i wychowaniem. Z Anną M. Nowakowską, terapeutką znaną czytelnikom pisma z Pracowni Psychospołecznej *Zwierciadło*, autorką książki *Przekłęte*, rozmawiała Renata Arendt-Dziurdzikowska. Natomiast partnerem w innej rozmowie był Andrzej Samson. Pretekstem do spotkania było wznowienie w owym czasie jednej z jego książek: *20 tysięcy godzin w budzie. O szkole, uczniowskim losie i paru innych sprawach*⁷⁹.

Z okazji zakończenia Roku Andersenowskiego (2005) do rozmowy zaproszono Bogusławę Sochańską, dyrektor Duńskiego Instytutu Kultury, autorkę nowego przekładu baśni autora *Królowej Śniegu*. Z jej opowieści wyłoniła się postać wielkiego pisarza, jednocześnie człowieka trudnego, egotycznego, który „padł ofiarą własnego talentu”⁸⁰, ale był też „bardzo piękny w swoim nieustannym zachwycie nad światem, począwszy od listka, skończywszy na bliźnim”⁸¹.

Innym przykładem, odzwierciedlającym zdecydowaną politykę pisma w zakresie promowania literatury i czytelnictwa, była dwukrotna rozmowa z Ireną Koźmińską, założycielką Fundacji „ABC XXI – Program Zdrowia Emocjonalnego”, inicjatorką kampanii *Cała Polska czyta dzieciom*⁸², a także wywiad z Grzegorzem Leszczyńskim, literaturoznawcą, specjalistą od literatury dziecięcej⁸³. Obydwoje podkreślali znaczenie książki w życiu dziecka, wskazując na rolę rodziców w rozbudzaniu i kształtowaniu jego potrzeb czytelniczych. Doradzali, jaka lektura jest dla niego najodpowiedniejsza i czym kierować powinni się rodzice w doborze zestawu tytułów dla swoich pociech. Autor *Magicznej biblioteki: zbójceckich ksiąg młodego wieku* stwierdził wręcz, że „Potrzeba czytania jest typowo ludzką potrzebą. Jeśli ktoś jej nie odczuwa, to znaczy, że nie jest człowiekiem. A jego dramat polega na tym, że nie zdaje sobie z tego sprawy”⁸⁴. „Żeby zmieniły się dzieci, muszą zmienić się dorośli” – takim z kolei spostrzeżeniem podzieliła się z czytelnikami pisma I. Koźmińska⁸⁵, opowiadając także o głównych założeniach realizowanej przez siebie akcji.

Magazyn zainicjował również cykl interesujących rozmów z poetami, drukowany w ramach rubryki *Poezja rozbierana*. Po raz pierwszy informacja na ten temat pojawiła się w majowym numerze w 2005 r. Redakcja pisała:

⁷⁹ „Zwierciadło” 2004, nr 2, s. 84–87.

⁸⁰ *Baśń jego życia*, rozm. T. Cichocka, „Zwierciadło” 2005, nr 12, s. 105.

⁸¹ *Ibidem*, s. 106.

⁸² *Zacznijmy od czytania*, rozm. A. Gutek, „Zwierciadło” 2001, nr 11, s. 44–47.

⁸³ *Książka rozbudza człowieka w człowieku*, rozm. A. Gutek, „Zwierciadło” 2003, nr 7, s. [110]–113. I. Koźmińska została laureatką *Kryształowego Zwierciadła*, nagrody przyznanej przez magazyn w 2004 r.

⁸⁴ *Ibidem*, s. 111.

⁸⁵ *Zacznijmy od...*, s. 45.

Chcemy Was zachęcić do starej jak świat, choć nieco już zarzuconej aktywności – wspólnego czytania wierszy. [...] O jeden wybrany wiersz pytamy jego autora/autorkę. Pedantycznie przeglądamy strofę za strofą, rozbieramy wers z wersem, w poszukiwaniu rzeczywistych pierwowzorów osób, rzeczy, uczuć, sytuacji... Mamy nadzieję, że za każdym razem coś wspólnie odkryjemy⁸⁶.

Pomysł kontynuowano do końca badanego okresu. O okolicznościach powstania danego utworu opowiedzieli czytelnikom „Zwierciadła”: Julia Hartwig, Ryszard Kapuściński, Ryszard Krynicki, Ewa Lipska, Jarosław Mikołajewski, Anna Piwkowska, Marcin Świetlicki i Adam Zagajewski.

Wywiady były formą chętnie używaną przez redakcję w celu przybliżenia czytelnikom postaci związanych z książką, a trafnie dobrane pytania powodowały, że były to rozmowy, z którymi odbiorca zapoznawał się z dużym zainteresowaniem.

3.2.3.3. *Twoja książka, Twoja wiedza*⁸⁷: reklamy książek

Na łamach „Zwierciadła” odnaleźć można również ogłoszenia. W porównaniu z prezentowaną wcześniej prasą opinii ich liczba jest skromna: w ciągu 5 lat pojawiło się 287 reklam⁸⁸, które nawiązywały do zagadnień, ujętych w tytule książki. Można wyróżnić następujące kategorie, które się doń kwalifikują:

- 1) książki,
- 2) akcje tygodnika związane z książką⁸⁹,
- 3) prasa, w tym autoreklama⁹⁰.

Pośród 287 reklam 150 stanowiły ogłoszenia wydawnicze, 76 miało charakter autopromocji związanych z inicjatywami periodyku, a 61 dotyczyło reklam innych czasopism oraz akcji odnoszących się do promocji prasy.

W tabeli 43 przedstawiono liczbę inseratów wydawniczych w każdym z badanych roczników.

⁸⁶ [br. aut.], *Po*, „Zwierciadło” 2005, nr 5, s. 36.

⁸⁷ Hasło reklamowe, zamieszczone w jednym z inseratów wydawniczych. Zob. „Zwierciadło” 2004, nr 8, s. 43.

⁸⁸ Reklama, podobnie jak było to w odniesieniu do prasy opinii, jest w tym przypadku rozumiana jako tytuł, liczony także wówczas, jeśli pojawił się powtórnie.

⁸⁹ Ta kategoria przyjmowała postać zarówno reklam, jak i tekstu komentującego, stąd zostanie omówiona w dalszej części rozdziału (*Tę książkę warto znać: inne formy informacji o książce*).

⁹⁰ Zagadnienie dotyczące informacji o prasie na łamach prezentowanego pisma zostanie dokładniej przedstawione w ostatniej części rozdziału.

Tabela 43. Reklamy wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005

Rok	Liczba inseratów książkowych
2001	58
2002	57
2003	23
2004	10
2005	2
Ogółem	150

Źródło: badania własne.

Od 2003 r. liczba reklam wyraźnie malała, by dwa lata później ograniczyć się do zaledwie dwóch inseratów, w dodatku promujących książki Wydawnictwa Zwierciadło.

W ogłoszeniach pojawiło się 90 nazwisk autorów, 110 tytułów, pochodzących z oferty 16 wydawców⁹¹. Najwięcej propozycji przedstawiło Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne (42) i Wydawnictwo Kurpisz SA (41), Wydawnictwo „Książka i Wiedza” (12) oraz Wydawnictwo Prószyński i S-ka (11). (Pełne zestawienie – zob. Aneks 34. Wydawcy reklamujący książki na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005).

Bardzo rzadko tytuły powtarzały się: najwięcej, bo trzykrotnie, trafiła do czytelnika reklama proponująca sięgnięcie po *Aniołka* (Beaty Pawlak, Wydawnictwo Prószyński i S-ka), *Pana Tadeusza* (dwukrotnie propozycję taką zamieściło Wydawnictwo Kurpisz SA i raz Wydawnictwo „Książka i Wiedza”) oraz *Wielką encyklopedię PWN*. Większość pozostałych edytorów ograniczała się do jednorazowego przedstawienia danego tytułu, rzadziej przywołując tę samą ofertę po raz drugi. Nieco inaczej przedstawiała się powtarzalność nazwisk autorów reklamowanych książek. W tabeli 44 zaprezentowano nazwiska tych twórców, których nazwiska pojawiały się najczęściej (zob. Aneks 35. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005).

⁹¹ Wobec stosunkowo niewielkiej liczby edytorów zrezygnowano w tym przypadku z tabeli, prezentującej tych z nich, którzy najczęściej gościli na łamach pisma, ograniczając się do podania danych statystycznych w tekście opisowym.

Tabela 44. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005

Nazwisko autora	Liczba inseratów	Liczba tytułów	Tytuły reklamowanych książek
Bolesław Prus	2	2	<i>Lalka</i> <i>Chłopi</i>
Stefan Żeromski	2	3	<i>Ludzie bezdomni</i> <i>Szyfowe prace</i> <i>Wierna rzeka</i>
Tadeusz Dołęga- -Mostowicz	3	3	<i>Kariera Nikodema Dyzmy</i> <i>Profesor Wilczur</i> <i>Znachor</i>
Beata Pawlak	3	2	<i>Aniołek</i> <i>Pieć jest gdzie indziej</i>
Józef I. Kraszewski	2	2	<i>Hrabina Cosel</i> <i>Stara Baśń</i>
Henryk Sienkiewicz	2 2	2 2	<i>Krzyżacy</i> <i>Quo vadis</i>
Stanisław Wyspiański	2	2	<i>Warszawianka</i> <i>Wesele</i>
Max Gallo	1	4	<i>Napoleon. Cesarz królów</i> <i>Napoleon. Nieśmiertelny ze</i> <i>Świętej Heleny</i> <i>Napoleon. Pieśń wymarszu</i> <i>Napoleon. Słońce Austerlitz</i>
Leslie Cameron-Bandler	1	3	<i>Know how</i> <i>Ku harmonii w miłości</i> <i>W niewoli uczuć</i>

Źródło: badania własne.

To zaskakujące zestawienie nazwisk, kojarzące się z listą szkolnych lektur, wynikało ze specyfiki oferty reklamodawców i charakteru zamieszczanych przez nich inseratów. Jeśli przyjrzymy się pełnemu zestawieniu proponowanych książek, nasunie się nam jeszcze jedno spostrzeżenie: obok klasyki i wydawnictw encyklopedycznych preferowane były poradniki psychologiczne, które odpowiadały profilowi pisma. Charakter proponowanych lektur wskazywał jednocześnie na typ odbiorcy: była nim wykształcona kobieta, ciekawa świata, która ceni literaturę piękną i chętnie poszerzy swoje horyzonty, zarówno dzięki kompendium wiedzy, jak i książkom, które odpowiedzą na nurtujące ją pytania egzystencjalne, a także pomogą w życiu codziennym, w utrzymaniu zgody i miłości w rodzinie (na przykład *Pojedynek z nerwicą*). Sporadycznie pojawiały się propozycje z kręgu literatury popularnej, jak np. *Jestem nudziarą* M. Szwai czy *Złodziejka* Sarah Waters lub *Martyna* J. L. Wiśniewskiego.

Jak już zostało powyżej wspomniane, liderzy – jeśli chodzi o liczbę reklamowanych tytułów – wybierali całostronicowe reklamy z informacją dotyczącą 20 lub 30 tytułów jednorazowo. Oto wybrane przykłady – zdjęcia 92–94 (s. 341–342).

WSPANIAŁE DZIEŁA W WYJĄTKOWEJ OPRAWIE
ZŁOTA KOLEKCJA
LITERATURY POLSKIEJ

WYKONANIE

1. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
2. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
3. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
4. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
5. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
6. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
7. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
8. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
9. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
10. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
11. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
12. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
13. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
14. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
15. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
16. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
17. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
18. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
19. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
20. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
21. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
22. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
23. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
24. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
25. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
26. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
27. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
28. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
29. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
30. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
31. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
32. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
33. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
34. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
35. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
36. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
37. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
38. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
39. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
40. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
41. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
42. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
43. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
44. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
45. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
46. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
47. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
48. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
49. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00
50. Wspaniałe dzieła w wyjątkowej oprawie	1,00	1,00

ZAMÓWIENIA

Imię i nazwisko: _____
 Adres: _____
 Kod pocztowy: _____
 Miasto: _____
 Telefon: _____
 E-mail: _____

Wydawnictwo KURPISZ S.A.
 ul. Piłsudskiego 48, 81-541 Poznań, tel./fax 061 833 15 17
 www.kurpisz.pl • e-mail: kurpisz@kurpisz.pl • e-mail: zamowienia@kurpisz.pl

LINIA ULGOWA 0801 352 414

Zdjęcie 92. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła”
 „Zwierciadło” 2002, nr 1, s. [13]

W każdej z przedstawionych reklam widać maksymalne wykorzystanie miejsca: szczególnie w dwóch pierwszych przypadkach 3/4 powierzchni ogłoszenia zajmują kopie reklamowanych książek; jednak w drugim anonsie (s. 342) nie każda z nich jest dostatecznie czytelna. Uwagę odbiorcy przykuwają żywe kolory, zwłaszcza w pierwszym ogłoszeniu, gdzie wyraźnie wyeksponowane grzbiety książek są odzwierciedleniem hasła reklamowego, podkreślającego walor oprawy wybranych dzieł literatury pięknej. Interesującym pomysłem był aforyzm (wykorzystany w trzecim prezentowanym inseracie, s. 342) i nawiązujące doń tło reklamy, na którym umieszczono mniej (ale dzięki temu czytelniejszych) kopii okładek.



Zdjęcie 93. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” 2001, nr 12, s. [109]



Zdjęcie 94. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” 2004, nr 2, s. [7]

Warto zwrócić uwagę także na inne reklamy. Dalej wybrano kilka przykładów – zdjęcia 95–96.



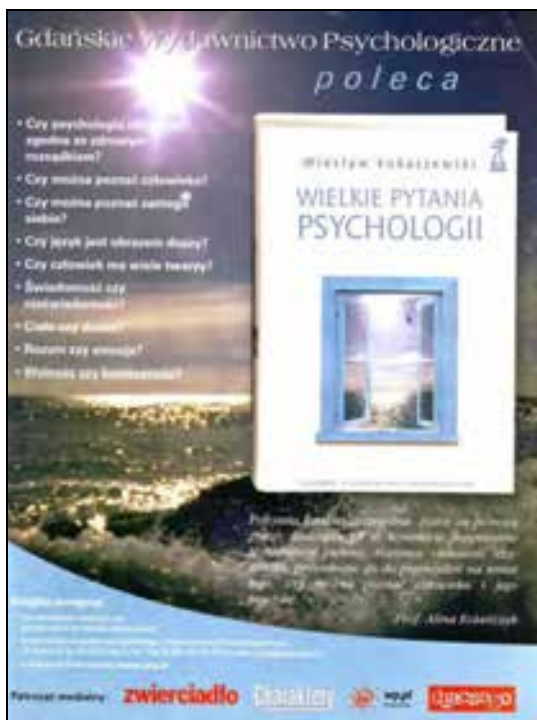
Zdjęcie 95. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” 2001, nr 10, s. [19]



Zdjęcie 96. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” 2002, nr 5, s. [11]

W każdym z prezentowanych przypadków reklamowano wydawnictwa źródłowe, przy czym w dwóch pierwszych ogłoszeniach (zdjęcia 95–96) uwzględniono pełne komplety encyklopedii, ułożone zachęcająco grzbieta- mi do czytelnika, co zapewne zwiększać miało wrażenie przepychu. Także hasła odgrywały tu dużą rolę: „Cały świat w 30 tomach” – kusilo PWN; „Polskie wydanie encyklopedii znanej na całym świecie” – nie ustępowało kroku Wydawnictwo Kurpisz SA.

Jakkolwiek liczba reklam wydawniczych nie była zbyt duża, to jednak zwracała uwagę nie tylko staranność ich przygotowania pod względem graficznym (jak choćby w przytoczonych powyżej przykładach), ale także nierzadko pomysłowość ogłoszeniodawcy (zdjęcia 97–98).



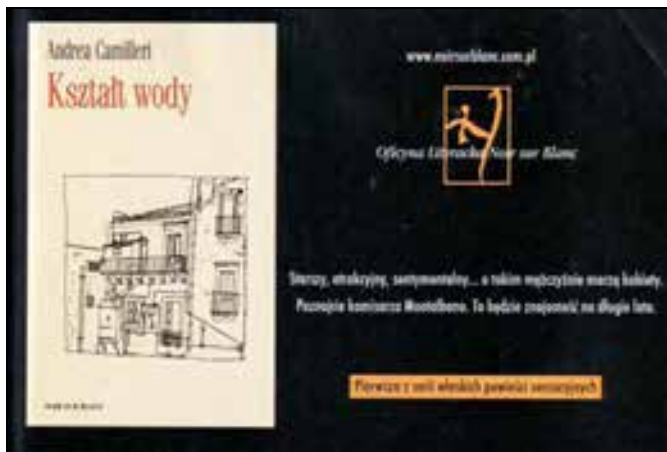
Zdjęcie 97. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła”
„Zwierciadło” 2003, nr 3, s. [37]



Zdjęcie 98. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła”
„Zwierciadło” 2003, nr 11, s. [45]

W pierwszym przypadku w odbiorcach starano się rozbudzić ciekawość poprzez stawianie im pytań, na które większość czytelników chciałaby znać odpowiedź: „Czy można poznać samego siebie? Czy w ogóle można poznać człowieka?” Kup proponowaną przez nas książkę, a znajdziesz odpowiedzi na te i inne jeszcze pytania, zdawał się kusić wydawca. I ponownie pojawiło się odpowiednio dobrane tło, które odpowiadało klimatowi reklamowanej lektury i z założenia miało nastawić czytelnika refleksyjnie. Inaczej było w przypadku drugiej reklamy. Tutaj niejako odbiorcy narzucano od razu ocenę: „Patrzysz na bestseller!” Czytelnik nie będzie raczej dyskutował z tym zdecydowanym oświadczeniem, a na wypadek, gdyby jednak obudziły się w nim wątpliwości, w następnym zdaniu zostały one rozwiane przez nieubłaganą matematykę: „135 tysięcy egzemplarzy w USA! Ta książka podbiła serca mieszkańców w 17 krajach!” A teraz „jest u nas”! Nie zwlekaj zatem, tylko ją kup. Na zachętę dodano opinię A. Samsona, będącego z pewnością wówczas autorytetem dla wielu czytelników „Zwierciadła”.

Ostatnia z prezentowanych reklam nie jest już tak ekspansywna, w porównaniu z poprzednią wydaje się nawet dość surowa, ale to zdaje się być jej atutem. Jednozdanowe streszczenie, krótkie określenie gatunku i charakterystyczna grafika okładki książki wydawnictwa Noir sur Blanc z jego rozpoznawalnym exlibrisem oraz czarne tło nawzajem się dopełniały – zdjęcie 99.



Zdjęcie 99. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła”
„Zwierciadło” 2002, nr 1, s. 95.

Przytoczone przykłady są reprezentatywne dla ogłoszeń wydawniczych, zamieszczanych w piśmie. Z pewnością czytelnik nie mógł przejść obok nich obojętnie. Nawet jeśli tylko przeglądał dany numer, jego wzrok przyciągała albo grafika anonsu, albo hasło reklamowe, albo opinia autorytetu, albo wszystkie te elementy, tak jak było to w przypadku autoreklamy Wydawnictwa Zwierciadło (zdjęcie 100). Tu czytelnika osaczano zarówno za pomocą nasyconej barwy ogłoszenia, jak i hasła reklamowego oraz opinii cenionego przez czytelników współpracownika periodyku, W. Eichelbergera.



Zdjęcie 100. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła”
„Zwierciadło” 2003, nr 1, s. [120]

Reasumując, także i ta forma informacji o książce, podobnie jak i recenzje, była starannie przygotowana, choć nie stanowiła stałego elementu w zawartości czasopisma.

3.2.3.4. *Tę książkę warto znać*⁹²: inne formy informacji o książce

W latach 2001–2005 na łamach „Zwierciadła” poza recenzjami, reklamami oraz wywiadami ukazało się 650 różnego typu informacji, które pośrednio lub bezpośrednio dotyczyły książki. Przyjmowały one różną objętość, miały różnoraki charakter, a czytelnik odnaleźć je mógł w całym magazynie (zob. Aneks 36. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005). Były one istotną częścią pisma, stanowiąc jednocześnie dowód zainteresowania redakcji problematyką kulturalną. Można wśród nich, wzorem poprzednich rozdziałów, wyodrębnić następujące kategorie:

- sylwetki/portrety (70),
- teksty, dotyczące rynku wydawniczo-księgarskiego (37),
- adaptacje, ekranizacje oraz inscenizacje znanych dzieł (27),
- listy czytelników (14),
- konkursy i akcje, organizowane przez tygodnik (157),
- inne (345)⁹³.

Poniżej scharakteryzowano każdą z kategorii, przedstawiając wybrane, reprezentatywne dla nich przykłady.

3.2.3.4.1. *On rysuje jej sny*⁹⁴: sylwetki/portrety

Portretów, wspomnień i historii dotyczących życia znanych osób, w tym przypadku związanych ze światem literatury, pojawiło się w ciągu pięciu lat na łamach pisma 70.

Ze względu na typ odbiorcy periodyku specyficzna była grupa tekstów, w których kreślono portrety podwójne: ich bohaterowie prezentowani byli w charakterystycznych rubrykach: *Jak kochali*, *Miłość*, *Pełną parą*. Opisano na przykład pełną wlotów i rozstań miłość Antoine de Saint-Exupéry'ego i jego żony, Consueli. Z przedstawionego obrazu wyłaniała się postać autora *Małego księcia*: niezwykle emocjonalnego, gwałtownego i nieobliczalnego w uczuciach, który „Kochał ludzi, ale nie tracił czasu na objaśnianie uwagi i miłości, do jakich był zdolny”⁹⁵, a jednocześnie był „Taki dziecinny, taki anielski, jakby spadł z nieba”⁹⁶. Z kolei dzięki Remigiuszowi Grzeli czytelnicy poznali pierwszą miłość Ernesta Hemingwaya. O uczuciu do Agnes

⁹² Hasło, proponujące sięgnięcie po książkę, tematycznie związaną z problematyką wcześniej zamieszczonego na łamach magazynu tekstu, zob. „Zwierciadło” 2002, nr 7, s. 47.

⁹³ Zob. Przypis a pod tabelą 39.

⁹⁴ Tytuł jednego z portretów, zob. „Zwierciadło” 2005, nr 7, s. [50]–[55].

⁹⁵ A. Lipiec-Wróblewska, *Pamiętnik Róży*, „Zwierciadło” 2002, nr 4, s. 70. Warto zaznaczyć, że pretekstem do przypomnienia autora *Nocnego lotu* stało się w tym przypadku wydanie *Pamiętnika róży*, C. de Saint-Exupéry.

⁹⁶ *Ibidem*, s. 70.

Hannie von Kurovsky pisał on w *Pozegnaniu z bronią*, zaś odbiorcy „Zwierciadła” mogli dowiedzieć się, w jakich okolicznościach pisarz poznał starszą od siebie o 7 lat pielęgniarkę, zakochał się w niej i dlaczego nie została ona jego żoną⁹⁷. O trudnej miłości Jeana Paula Sartre’a i Simone de Beauvoir opowiedział natomiast A. Cieślak:

Ona – zagorzała feministka. On – jeden z głównych przedstawicieli egzystencjalizmu, laureat Nagrody Nobla, której nie przyjął. Najbardziej kontrowersyjna para kochanków XX wieku. Zakochani w swoich intelektach i potrzebie niezależności przez całe życie nie potrafili żyć bez siebie⁹⁸.

Podobnie było w przypadku bohaterów innej historii: Katarzyny Kobro i Władysława Strzemińskiego, których „życie obrosło legendą”⁹⁹ i których miłość zmieniła się w nienawiść. O uczuciu, które połączyło Zeldę i Francisca Fitzgeraldów, pisał z kolei Wacław Sadkowski, odkrywając na łamach pisma mało znane fakty na temat tej pary, „która dla Ameryki urzeczywistniała mit wielkiej i szczęśliwej miłości”¹⁰⁰. Nie mogło zabraknąć także najbardziej znanego związku poetyckiego XX w.: Sylvii Plath i Teda Hughesa. Ich „taniec miłości i śmierci”, w sposób przejmujący, opisała Katarzyna Reciak¹⁰¹.

Znaczna część opowiadanych na łamach magazynu historii przypominała romantyczne opowieści, w których miłość często bywała trudna, a rzadko szczęśliwa. Losy znanych w historii par, przedstawione w znamienity sposób (zwrócenie uwagi na wyjątkowo interesujące, a zazwyczaj mało znane szczegóły, wyeksponowanie określonych cech charakteru bohaterów) wpisywały się w realizowany przez periodyk program, gdzie prezentowano często również współczesne powikłane historie „z życia wzięte”, udzielając porad, jak z nich wybrnąć. Jednocześnie, obok funkcji kulturowej czy rozrywkowej, przytoczone teksty zdawały się spełniać jeszcze jedną rolę: przybliżając postaci znanych twórców przypomniano, że byli oni przede wszystkim ludźmi, którzy, podobnie jak czytelnicy pisma, nierzadko musieli radzić sobie z problemami, uczuciami i namiętnościami.

Nie zawsze jednak sięgano do historii dawnych i nieszczęśliwych. Bohaterami kilku obrazów byli także współcześni twórcy, jak choćby Andrzej Stasiuk i Monika Sznajderman¹⁰², Michał Zabłocki i Agnieszka Chrzanow-

⁹⁷ R. Grzela, *Dziewczyna Hemingwaya*, „Zwierciadło” 2002, nr 7, s. 66–71.

⁹⁸ A. Cieślak, *Jean Paul Sartre i Simone de Beauvoir*, „Zwierciadło” 2003, nr 2, s. 64.

⁹⁹ R. Grzela, *Katarzyna Kobro i Władysław Strzemiński*, „Zwierciadło” 2002, nr 8, s. 50.

¹⁰⁰ W. Sadkowski, *Mała Zelda i Wielki Gatsby*, „Zwierciadło” 2003, nr 12, s. [93].

¹⁰¹ K. Reciak, *Sylvia Plath i Ted Hughes – taniec miłości i śmierci*, „Zwierciadło” 2004, nr 6, s. [86].

¹⁰² A. Serafin, *W centrum Europy*, „Zwierciadło” 2003, nr 7, s. 34–[41].

ska¹⁰³, Katarzyna Majewska i Andrzej Tylkowski (właściciele wydawnictwa *Ilustris*)¹⁰⁴.

Drugą grupę tekstów, w których kreślono sylwetki znanych pisarzy, stanowiły pojedyncze portrety. Drukowano je w rubrykach: *Naprawdę jaki jesteś* [pis. oryg.], *Portret*, *Postać*, *Skąd się wziąłem*, *Spotkania*. I tu ich bohaterowie byli starannie wybierani. Na przykład o życiu Emily Brontë pisała Ewa Truskiewicz¹⁰⁵, natomiast Halinie Poświatowskiej poświęciła swój tekst Alina Gutek¹⁰⁶.

Także i w tych obrazach pojawiały się sylwetki współczesnych literatów. Czytelnicy spotkać mogli na łamach pisma m.in. Henryka Chmielowskiego¹⁰⁷, Pawła Huelle¹⁰⁸, Marcina Świetlickiego¹⁰⁹ czy Tomka Tryznę¹¹⁰. Pisano także o mniej znanych twórcach, jak choćby o autorkach powieści fantasy: Annie Brzezińskiej, Iwonie Surmik i Ewie Białołęckiej¹¹¹. W numerze kwietniowym (2004) pojawiła się postać Diany Ławniczak, bohaterki stanowiącej znakomity przykład dla czytelniczek pisma:

Przez prawie 20 lat w urzędowych rubrykach wpisywała: „przy mężu”. Matka, żona, gospodyni domowa, emigrantka. Nie dała się szarzyźnie, rutynie, samotności. Napisała książkę marzeń, za którą pokochali ją Szwajcarzy. [...] Nad biurkiem powiesiła zdjęcie niewidomego śpiewaka Andrei Bocellego. Nie dlatego, że kocha operę. Lubi tylko, kiedy komuś w życiu wychodzi¹¹².

Omówione powyżej teksty obejmowały zazwyczaj od 2 do 8 stron, ich autorzy urozmaicali je zdjęciami przedstawianych bohaterów, niekiedy publikację poprzedzało krótkie wprowadzenie. W niektórych przypadkach w tekście pojawiały się fragmenty wierszy lub powieści autorstwa tych twórców. Nierzadko na zakończenie czytelnicy mogli dowiedzieć się, na podstawie jakich książek powstał dany tekst.

Jeszcze jedną grupę, o której warto w tym miejscu wspomnieć, stanowią miniportrety, drukowane w ramach dwóch kolejnych rubryk: *Najlepsze* (w roku 2003) oraz *Poznajcie ich* (w latach 2004–2005). Przedstawiano tu (w kilku lub kilkunastu zdaniach) osoby, które osiągnęły w życiu sukces. Obok sportowców, artystów byli nimi także pisarze (jak na przykład Joanna Olczak-Ronikier, Dorota Terakowska) i poeci (Marzanna Kielar) oraz

¹⁰³ A. Gutek, *Równoległe*, „Zwierciadło” 2005, nr 5, s. 54–[59].

¹⁰⁴ I. Czarnacka, *On rysuje jej sny*, „Zwierciadło” 2005, nr 7, s. [50]–[55].

¹⁰⁵ E. Truskiewicz, *Emily z wrzosowisk*, „Zwierciadło” 2004, nr 10, s. 80–84.

¹⁰⁶ A. Gutek, *Tak ładnie zaczynam dorastać*, „Zwierciadło” 2002, nr 2, s. [36]–41.

¹⁰⁷ H. Halek, *Warszawa Papcia Chmiela*, „Zwierciadło” 2005, nr 11, s. 63–67.

¹⁰⁸ L. Butowska, *Kwestia wewnętrznej prawdy*, „Zwierciadło” 2002, nr 9, s. 54–56.

¹⁰⁹ K. Zimmerer, *Marcin Świetlicki. Czynniki do dowożenia*, „Zwierciadło” 2002, nr 11, s. 62–67.

¹¹⁰ M. Terlecka-Reksnis, *Debil & filozof*, „Zwierciadło” 2003, nr 6, s. [38]–42.

¹¹¹ L. Butowska, *Fantastki*, „Zwierciadło” 2004, nr 2, s. [28]–33.

¹¹² A. Filipowska, *Ogród Diany*, „Zwierciadło” 2004, nr 4, s. [50], 51.

edytorzy (założycielki Wydawnictwa Muchomor), a także bibliotekarz (Krzysztof Kubaszek). I tutaj, obok tekstu, pojawiały się zdjęcia owych „najlepszych” i tych, których „należy poznać”. Poza zdjęciami, elementem, który przykuwał wzrok czytelnika, były tytuły. Oto kilka wybranych przykładów¹¹³: *Bieg z przeszkodami*, *Dziewczyna Hemingwaya*, *Jak aksamit i jak stal*, *Kwestia wewnętrznej prawdy*, *Możesz być delfinem*, *Nie nadepnąć krasnoludka*, *Pamiętnik Róży*, *Pod prąd*, *Równoległe*, *Skąd czerpać radość*, *Tak ładnie zaczynam dorastać*, *Życie w prezencie*.

Podsumowując, ta forma informacji związana z literaturą była bogato reprezentowana na łamach pisma. Stanowiła interesującą jego część, odwołując się do tych spraw, które są dla kobiet ważne: z jednej strony była to sfera uczuć, z drugiej przypomnienie, że płeć słaba we współczesnym świecie nie musi być słabą faktycznie, bo pomimo przeciwności, a dzięki sile, nie zawsze do końca uświadamianej, kobieta może osiągnąć sukces.

3.2.3.4.2. Warto było chcieć¹¹⁴: teksty, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu

Pomimo wyraźnego zainteresowania redakcji kwestiami związanymi z książką, na łamach miesięcznika pojawiło się stosunkowo niedużo publikacji, dotyczących współczesnego rynku wydawniczo-księgarskiego i jego przedstawicieli oraz kondycji współczesnej literatury. Publikacji, które można zaliczyć do tej grupy, było ogółem 37. Nie stanowiły one spójnego zbioru. Wydaje się, że były raczej przypadkowo dobrane, stanowiąc rodzaj rozwiniętej informacji na temat, który, z różnych względów, wydał się autorowi interesujący.

Niekiedy przybierały częściowo formy opisane powyżej. Tak było na przykład w przypadku opowieści o współczesnych bajkopisarzach. Anna Sańczuk nie tylko przedstawiła ich losy, ale także scharakteryzowała współczesne baśnie dla dzieci i najczęściej pojawiające się wątki w tym gatunku literackim, powołując się na doświadczenie bohaterów swej publikacji. Czytelnicy dowiedzieli się m.in., że „we współczesnej literaturze dziecięcej coraz silniejszy jest nurt >antypedagogiki<, którego początek można znaleźć już w postaci Pippi”¹¹⁵ i poznali współczesnych twórców baśni: Grzegorza Kasdepke, Katarzynę Kotowską, Małgorzatę Strzałkowską i Wojciecha Wiłłaka.

¹¹³ Kolejno: „Zwierciadło” 2004, nr 6, s. [40]–[47]; 2002, nr 7, s. 66–71; 2001, nr 5, s. 24–27; 2002, nr 9, s. 54–56; 2005, nr 4, s. [44]–[50]; 2001, nr 6, s. [28]–31; 2002, nr 4, s. 68–71; 2001, nr 3, s. 24–28; 2005, nr 5, s. 54–[59]; 2004, nr 7, s. [36]–[39]; 2002, nr 2, s. [36]–41; 2001, nr 11, s. 26–29.

¹¹⁴ Tytuł jednego z tekstów, zob. „Zwierciadło” 2003, nr 12, s. [60]–61.

¹¹⁵ A. Sańczuk, *Bajki na nowy wiek*, „Zwierciadło” 2003, nr 12, s. 35.

Ciekawy tekst trafił do czytelników magazynu dzięki T. Jastrunowi. Podzielił się on z nimi wybranymi dedykacjami, wpisanymi przez autorów w książkach, znajdujących się w rodzinnym księgozbiórce. Wpisy opatrzone zostały krótkim komentarzem poety. Widzimy na przykład dedykację Jana Brzechwy z 1955 r., Wisławy Szymborskiej z 1993 r., osobiste życzenia od Juliana Tuwima dla „kochanego Tomcia”, który w 1951 r. miał zaledwie pół roku. Tym, którzy mogli oburzać się na „niszczenie” w ten sposób książek, T. Jastrun odpowiadał: „wpis znanego pisarza bywa po latach wzruszającą pamiątką, książka jest nadal żywa, nawet kiedy autor już odszedł na zawsze”¹¹⁶.

Nierzadko teksty zaliczone do opisywanej kategorii powiązane były pośrednio z kwestiami, podejmowanymi w innej formie na łamach periodyku. Stres, zmartwienia, kłopoty, problemy (także małżeńskie) i próby walki z nimi stały się pretekstem do przekazania kilku porad z zakresu terapii i psychologii, a wszystko to na podstawie cieszących się olbrzymim powodzeniem poradników terapeutów i psychologów znad Loary. *Jak czerpać radość z życia? Jak cierpienie zmienić w szczęście?* – pyta za Francuzami Joanna Orzechowska i cytuje rady specjalistów, przywołując jednocześnie tytuły ich bestsellerowych poradników. Czytelnicy „Zwierciadła” dowiedzieli się zatem, że „Nawet najbardziej nieszczęśliwa istota może ponownie narodzić się do życia”¹¹⁷, a także, że „Szczęście [...] może przybierać bardzo różnorodne formy w zależności od naszego wieku, etapu życia czy otoczenia”¹¹⁸. Pojawiła się również rada, cytowana za Jeanem-Luiselem Servanem-Schreiberem: „Każdego ranka policz wszystko, co w życiu sprawia ci przyjemność [...]. Zadowolenie jest wynikiem regularnego treningu”¹¹⁹.

Niekiedy pojawiały się teksty, nawiązujące do literatury, w których stała się ona pretekstem do poruszenia innych spraw, nierzadko z dziedziny interesującej „Zwierciadło”. Przykładem może być tekst *Miłość, zazdrość i literatura*. Literaturoznawca i filozof, Michał P. Markowski, tłumacząc, na czym polega zazdrość, jak się ona rodzi, odwoływał się do postaci znanych ze świata literatury: zazdrosnego Otella i podejrzliwego Swanna. Za pomocą wyrazistych przykładów, opisu konkretnych sytuacji, ubrał w słowa i zdefiniował uczucia, stanowiące temat, poruszany na łamach magazynu:

Zazdrość rodzi się sama z siebie i nie troszczy się o to, jak jest naprawdę. [...] człowiek zazdrosny zawsze wie lepiej i najdrobniejszy szczegół włączy w nurt swojej opowieści po to tylko, żeby się upewnić o swojej racji¹²⁰,

¹¹⁶ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Zwierciadło” 2001, nr 5, s. 50, 52.

¹¹⁷ J. Orzechowska, *Francuski stres*, „Zwierciadło” 2005, nr 4, s. 83.

¹¹⁸ *Ibidem*, s. 84.

¹¹⁹ *Ibidem*, s. [85].

¹²⁰ M. P. Markowski, *Miłość, zazdrość i literatura*, „Zwierciadło” 2004, nr 5, s. 34.

natomiast

Zakochany wszystko bierze za dobrą monetę. Zdarzenia z życia ukochanej osoby są dla niego tym, czym są, i nie wymagają żadnych dodatkowych wytłumaczeń. [...] Miłość wyklucza interpretację¹²¹.

Tylko raz pojawił się tekst poświęcony oficynie wydawniczej. I w tym przypadku odnaleźć można charakterystyczne dla magazynu przesłania: „Stwórz pracę, którą kochasz [...] Żeby osiągnąć sukces, trzeba umieć znosić porażki. [...] Każde doświadczenie na coś się przydaje”¹²². Pisząc o wydawnictwie edukacyjnym Didasko, przywołano historię jego założycieli: Joanny i Piotra Białobrzeskich, którzy „nie mieli niczego, co dobrze jest mieć na starcie: mieszkania, znajomości i doświadczenia. Mieli natomiast nieprzepartą chęć działania i odwagę sięgania po to, co na pozór nieosiągalne”¹²³. Dzięki temu udało im się założyć własne wydawnictwo, które stało się liderem wśród oficyn publikujących podręczniki.

Na podstawie analizy zebranego materiału można stwierdzić, że w magazynie w dużym stopniu interesowano się poezją. Jak już wspomniano, każdy numer rozpoczynał aforyzm znanego pisarza, poety, myśliciela bądź przewodnika duchowego. Nierzadko „na dobry początek” proponowano także fragment prozy bądź wiersz¹²⁴. Również na dalszych stronach pisma odnaleźć można rozmaite formy związane z poezją. Jedną z nich były wspomniane powyżej wywiady z poetami w ramach rubryki *Poezja rozbie-rana* czy prezentacja sylwetki wybranego twórcy (jak choćby M. Kielar czy M. Świetlickiego). Innym pomysłem była pomieszczana w periodyku w latach 2001–2002 *Multipoezja* M. Zabłockiego¹²⁵. Cykl wierszy, poświęconych współczesnym kobietom, pojawił się w piśmie po raz pierwszy w numerze 7 (2001). Bohaterkami jego utworów były m.in.: Ewa Demarczyk, Hanna Gronkiewicz-Waltz, Małgorzata Niemen, Janina Ochojska, Monika Olejnik, Irena Szewińska, Violetta Villas, Michalina Wisłocka i Edyta Wojtczak. Obok utworu pojawiało się zdjęcie jego bohaterki, a także fotografia autora wraz z krótką notą biograficzną, wyjaśnieniem celu projektu, jakim była *Multipoezja* oraz podaniem jej patronów. Oto jeden z przykładów:

¹²¹ M. P. Markowski, *Miłość...*, s. 34, [35].

¹²² A. Gutek, *Warto było chcieć*, „Zwierciadło” 2001, nr 5, s. 50, 52.

¹²³ *Ibidem*, s. 51.

¹²⁴ Na przykład wiersz ks. J. Twardowskiego, zob. „Zwierciadło” 2002, nr 3, s. [3].

¹²⁵ *Multipoezja* – był to autorski projekt M. Zabłockiego, którego celem było „poszukiwanie nowego sposobu istnienia poezji we współczesnym świecie” („Zwierciadło” 2001, nr 12, s. 22). Na łamach omawianego periodyku prezentowano wybrane wiersze „inspirowane życiem i dziełem współczesnych polskich kobiet” (*ibidem*).

Kirszenstein

Dziwię się
 Że w ogóle stajemy w zawody
 Doskonałość
 Powinna nam przecież wystarczyć
 Zamiast objawiać ją leśnym drogom
 I pięknym alejom parków
 Biegamy po wielkich stadionach
 Nabitych wrzeszczącym tłumem
 A przecież ścigać się
 Jest rzeczą upokarzającą
 Nawet
 Jeśli się wygrywa¹²⁶.

Interesującym i jednocześnie zabawnym pomysłem była parodia dzienników Bridget Jones. W odpowiedzi na duże zainteresowanie zarówno książką, jak i jej ekranizacją redakcja w kilku kolejnych numerach zamieszczała parodię znanych wielu czytelnikom na świecie zwierzeń młodej bohaterki, zatytułowaną *Pamiętniki Brygidy Dąs*.

Należy także wspomnieć o tekstach, mających zazwyczaj charakter recenzyjny, odnoszących się w większości do prezentacji ekranizacji bądź inscenizacji znanych dzieł. Najczęściej pojawiały się one w dziale kulturalnym, w rubryce *Film* lub *Teatr*. Zaledwie siedmiokrotnie znalazły się w innych miejscach periodyku, w ramach rubryk: *Co słyszać* oraz *Wydarzeń* (przeglądu imprez kulturalnych danego miesiąca). Tego typu tekstów było w ciągu badanych pięciu lat 27. Liczyły one kilkanaście zdań, obok których nierzadko pojawiały się zdjęcia z filmu lub sztuki, zaś pod prezentacją czytelnik odnajdował informacje dotyczące tytułu, nazwiska reżysera, odtwórców głównych ról, czasu pokazu filmu lub spektaklu. Donoszono na przykład o ekranizacji *Zemsty* Aleksandra Fredry¹²⁷, pisano o filmie poświęconym Iris Murdoch¹²⁸, ale także o adaptacji *Idioty* Fiodora Dostojewskiego¹²⁹ czy wystawieniu *Skąpca* Moliera w Teatrze Ateneum¹³⁰. Odnutowywano również najpopularniejsze ówczesne premiery, jak choćby bestseller Andrzeja Sapkowskiego przeniesiony na srebrny ekran¹³¹ czy ekranizację I części trylogii Johna R. R. Tolkiena¹³². Nie zapomniano również o *Pianiście*

¹²⁶ M. Zabłocki, *Kirszenstein*, „Zwierciadło” 2001, nr 8, s. 18. Kirszenstein to panieńskie nazwisko I. Szewińskiej, polskiej lekkoatletki.

¹²⁷ „Zwierciadło” 2002, nr 10, s. 43.

¹²⁸ „Zwierciadło” 2002, nr 6, s. 77.

¹²⁹ „Zwierciadło” 2001, nr 1, s. 68.

¹³⁰ „Zwierciadło” 2001, nr 5, s. 86.

¹³¹ „Zwierciadło” 2001, nr 11, s. 70.

¹³² „Zwierciadło” 2002, nr 2, s. 84.

w reż. Romana Polańskiego¹³³. Ograniczano się głównie do krótkiego streszczenia fabuły lub ewentualnego przypomnienia książki, na podstawie której powstał film. Owe niewielkie objętościowo omówienia nie przypominały bogatych prezentacji zamieszczanych w przedstawionych wcześniej tygodnikach opinii. Tu nie wyróżniały się niczym szczególnym, miały charakter krótkiej informacji, raczej pozbawionej osobistego zaangażowania piszącego. Od 2002 r. informacje na temat teatru praktycznie zniknęły z łamów periodyku, tylko sporadycznie pojawiała się wzmianka o premierze lub planach wystawienia spektaklu, przeważnie zresztą obok innych tego typu doniesień we wspomnianej rubryce poświęconej wydarzeniom kulturalnym danego miesiąca.

Czytelnicy potrafili docenić zainteresowanie pisma problematyką literacką, co przejawiało się w przysyłanych listach, skrętnie odnotowywanych przez redakcję. W ciągu 5 lat pojawiło się 14 komentarzy od czytelników, nawiązujących bezpośrednio do spraw związanych z książką. Żywy odzew wzbudził wspomniany powyżej tekst, poświęcony H. Poświatowskiej. Redakcja zamieściła dwa listy od czytelniczek – miłośniczek poetki¹³⁴. Dwie kolejne dzieliły się swoimi wrażeniami po lekturze wywiadu z W. Whartonem i jego żoną¹³⁵. W 2005 r. redakcja wydrukowała obszernie podziękowanie innej jeszcze czytelniczki, która wyznawała m.in.: „Nareszcie doczekałam się tego, za czym tęskniłam od dłuższego czasu”, czyli kącika z poezją¹³⁶, jeszcze inna pisała o publikacji związanej ze współczesnymi autorami baśni¹³⁷.

3.2.3.4.3. *Kolory czasu*¹³⁸: konkursy i akcje

Warto zatrzymać się przy inicjatywach redakcji „Zwierciadła”, które przybierały postać konkursów i akcji, związanych z książką. I tutaj (wzorem poprzednich rozdziałów) można wskazać (częściowo) na następujące ich rodzaje:

- 1) cykliczne konkursy o charakterze literackim i paraliterackim;
- 2) jednorazowe inicjatywy, których pomysłodawcą było „Zwierciadło”;
- 3) przedsięwzięcia realizowane wspólnie z innymi mediami, wydawnictwami oraz firmami (na przykład kosmetycznymi);
- 4) minikonkursy, w których nagrodą była książka.

¹³³ „Zwierciadło” 2002, nr 9, s. 61.

¹³⁴ „Zwierciadło” 2002, nr 4, s. 6.

¹³⁵ „Zwierciadło” 2003, nr 1, s. 140.

¹³⁶ „Zwierciadło” 2005, nr 6, s. 12.

¹³⁷ „Zwierciadło” 2003, nr 12, s. 108.

¹³⁸ Tytuł jednej z nagrodzonych prac w konkursie *Mój czas*; zob. [czytelniczka], *Kolory czasu*, „Zwierciadło” 2003, nr 9, s. 72.

Informacje o wszystkich tego typu inicjatywach pojawiły się na łamach pisma 157 razy.

W pierwszej grupie znalazł się konkurs *Dzień po dniu*, który w badanym okresie odbył się dwukrotnie. Po raz pierwszy informacja na jego temat pojawiła się w numerze lipcowym (2004). Zachęcając do wzięcia w nim udziału, redakcja przedstawiała jednocześnie warunki, które dotyczyły przyszłych prac. Dziennik dotyczyć miał wydarzeń bieżących, nie powinien liczyć mniej niż 10 stron, ale nie więcej niż 50. Redakcja podkreślała: „Nie ma nieciekawego życia, każdy może być autorem dziennika, który zatrzyma czas”¹³⁹. Na laureata czekał cenny długopis z limitowanej Edycji Pisarzy Charles Dickens, natomiast nagrodą dla dwóch wyróżnionych autorów były srebrne suszki do atramentu z ich inicjałami. Najciekawsze dzienniki miały być drukowane na łamach magazynu. Termin nadsyłania prac upływał 31 września (2004). W skład jury, które miało dokonać wyboru najlepszych dzienników, weszli: Tomasz Jastrun (przewodniczący), Alina Gutek oraz Jolanta Koral.

Interesującym pomysłem było pojawienie się obok zasad konkursu tekstu T. Jastruna, który przedstawił historię dzienników, przywołując przykłady najbardziej znanych, dzieląc się jednocześnie z czytelnikami swoimi uwagami na temat tego, jakie cechy powinny charakteryzować każdy podobny tekst. Zachęcał, by chwycić chwile i zatrzymać je na papierze, jednocześnie przekonując, że „pisać może każdy, takie pisanie jest zdrowe, w naszych zagonionych czasach to szansa, by spotkać się ze sobą samym, zatrzymać się i zastanowić nad życiem i światem”¹⁴⁰. Ale i w tym miejscu nie zabrakło uwagi, wpisującej się w program „Zwierciadła”: „Dziennik bywa więc autoterapią. Współczesny polski film i proza nie potrafią dać świadectwa trudnym latom przełomu wieków. Jestem pewien, że tę lukę wypełnią właśnie dzienniki. Te już napisane i te, które czekają na swoje pióro”¹⁴¹.

Jak się okazało, pomysł bardzo spodobał się czytelnikom pisma, czego dowodem był fakt, że redakcja otrzymała 280 dzienników, a ich poziom był bardzo wysoki¹⁴². Podsumowując prace jury, pisano m.in.:

Dzienniki, które od Was otrzymaliśmy, to dokument życia w Polsce roku 2004, gdzie wszyscy odwracają się ze wstrętem od polityki, narzekają na stan rzeczy, ale narzekają też na

¹³⁹ T. Jastrun, *Dzień po dniu*, „Zwierciadło” 2004, nr 7, s. 88.

¹⁴⁰ *Ibidem*, s. 89.

¹⁴¹ *Ibidem*.

¹⁴² [br. aut.], *Dzień po dniu*, „Zwierciadło” 2004, nr 12, s. 152.

polskie narzekanie. To relacje z wakacji, ze szpitala, z sanatorium i z codzienności. Najważniejsze jednak są sprawy uczuciowe: szukanie partnera, walka o miłość, ból rozstania¹⁴³.

Postanowiono do obiecanych wcześniej nagród i wyróżnień dołączyć *Przepustki Literackie „Zwierciadła”* (przyznano ich w sumie 35). Miały one stanowić zachętę do tego, by czytelnicy pisali dalej, bo „Tylko świat, który jest opisany, żyje dłużej niż chwilę”¹⁴⁴. Główna laureatka została nową felietonistką pisma, zamieszczając odtąd swoje teksty w cyklu *Miasteczko blisko morza*. Komentarz do wyników konkursu i w tym przypadku stał się pretekstem, by określić typ czytelników magazynu:

Z dzienników wynika, że nasi czytelnicy, kobiety i mężczyźni, to nie jakaś przypadkowa grupa, łączy ich podobny rodzaj wrażliwości na świat, na jego barwy, zapachy, na zło i dobro. Dlatego chodzimy na takie same filmy, czytamy podobne książki, na to samo oburzamy się i tym samym zachwycamy. To jest rodzina ludzi wrażliwych i poszukujących w sferze ducha¹⁴⁵.

Drugą edycję konkursu ogłoszono w październiku 2005 r. Tym razem poza pierwszą nagrodą (długopisem Montblanc z Limitowanej Edycji Pisarzy 2005 poświęconej Miguelowi Cervantesowi) zamierzano przyznać drugą i trzecią nagrodę (organizator Monblanc i kalendarz, obydwa z kolekcji „Diores & Notes”). Liczbę wyróżnień planowano ustalić po zapoznaniu się z nadesłanymi pracami. Czytelnicy mogli przysyłać swoje pamiętniki do końca lutego 2006 r. Był to jednak jedyny przykład tego typu inicjatywy, powtarzanej w ciągu badanego okresu.

Kolejne pomysły, jakkolwiek równie interesujące i liczne, miały charakter jednorazowych przedsięwzięć o charakterze paraliterackim¹⁴⁶. Do tej grupy zaliczyć można przede wszystkim wspomniany wcześniej konkurs na pochodzące od czytelników recenzje, dotyczące ich ulubionych lektur. Warunki konkursu przedstawiono w numerze wrześniowym w 2003 r.¹⁴⁷, przeznaczając na omówienia książek, przysyłane przez czytelników, moduł u dołu strony, w rubryce *Nowości wydawnicze*. Autorzy pięciu najbardziej interesujących recenzji otrzymać mieli *Jesienny zestaw dla intelektualistek*, na który składały się trzy książki (*Muzyka pop* z *Vittuli* Mikaela Niemiego; *Perwersja* Jurija Andruchowycza i *Stefcia Ćwiek w szponach życia* Dubravki

¹⁴³ T. Jastrun, *Dzień po dniu*, „Zwierciadło” 2005, nr 1, s. [58]. Numer damsko-męski.

¹⁴⁴ [br. aut.], *Konkurs na dziennik*, „Zwierciadło” 2005, nr 1, s. 27. Numer damsko-męski.

¹⁴⁵ T. Jastrun, *Dzień po dniu*, „Zwierciadło” 2005, nr 1, s. [59]. Numer damsko-męski.

¹⁴⁶ Ze względu na ich liczbę, do dokładniejszej charakterystyki wybrano tylko niektóre z nich.

¹⁴⁷ [br. aut.], *Konkurs dla czytelników*, „Zwierciadło” 2003, nr 9, s. 76.

Ugreścić) oraz firmowy kubek. Fundatorem nagrody było wydawnictwo Czarne. Od numeru listopadowego (2003) do wydania w marcu (2004) drukowano nagrodzone recenzje. Liczyły one kilkanaście zdań, posiadały własny tytuł, uzupełnione były podstawowymi elementami opisu bibliograficznego (autor recenzowanej książki, jej tytuł, miejsce wydania, nazwa wydawcy i rok opublikowania tytułu). Obok pojawiało się zdjęcie zestawu nagród. Wśród zaprezentowanych w ten sposób lektur znalazły się: *Co wydarzyło się w Madison County* (Roberta J. Wallera), *Czerwony namiot* (Anity Diamant), *Lalka i perła* (Olgi Tokarczuk), *Tamara Łempicka* (Laury Claridge) oraz *Wylinka* (Simony Popescu).

Innym pomysłem z tej grupy był konkurs na opowieść, którego hasłem przewodnim miało być „Zwierciadło” w *moim życiu*. Ogłoszony został w wydaniu czerwcowym w 2001 r.¹⁴⁸ W kolejnym numerze rozwinęto szerszej ideę pomysłu, pisząc:

Napiszcie nam, jakie jest Wasze zwierciadło – czy czasami przeglądacie się w zwierciadle swojego życia i pytacie siebie: czy tak chciałam żyć, czy tego pragnęłam? Jak widzicie siebie, jak siebie oceniacie? A może „Zwierciadło” pomogło Wam troszkę lepiej poznać i zrozumieć siebie? Czy bywało inspiracją? Czy pomagało w życiowych decyzjach? W jakich momentach Waszego życia zaprosiłyście je do siebie? Czego oczekujecie po Waszym „Zwierciadle”? Interesuje nas, jakie cele stawiacie sobie w życiu; jakim wartościami jesteście wierne; jak radzicie sobie z codziennością; jak wygląda Wasz dzień¹⁴⁹.

Na prace, w formie dzienników, oczekiwano do końca września (2001). Wyniki konkursu ogłoszono w jubileuszowym numerze periodyku w maju 2002 r. Swoimi wrażeniami po lekturze nadesłanych prac (było ich 98) dzieliła się z czytelnikami A. Nasiłowska, przyznając, że niektóre z nich były wstrząsające, inne spokojne, pełne marzeń, ale pojawiły się i takie, które utrwały chwile depresji i smutku. Oceniając je także pod względem językowym, podkreślała, że niektóre z czytanych przez nią prac świadczyły o talencie literackim, lekkości w posługiwaniu się piórem, dużej dozie poczucia humoru oraz ironii autorek¹⁵⁰. Wyróżnione prace drukowano na łamach pisma do sierpnia tegoż roku.

Podobny pamiętnikarski charakter miał inny konkurs – *Mój czas*. Czytelnikom proponowano, by podzielili się własnymi przemyśleniami związanymi z tym, czym on jest dla nich, jak go postrzegają, by opisali, czy ich czas

¹⁴⁸ [br. aut.], *Konkurs dla czytelników!*, „Zwierciadło” 2001, nr 6, s. 131. Konkurs wpisywał się w jubileusz 45-lecia magazynu, który przypadał na rok następny, choć jego wcześniejsze edycje odnaleźć można także we wcześniejszych rocznikach periodyku.

¹⁴⁹ [br. aut.], *Uwaga! Konkurs „Zwierciadło w moim życiu”*, „Zwierciadło” 2001, nr 7, s. 55.

¹⁵⁰ A. Nasiłowska, *Zwierciadło w moim życiu*, „Zwierciadło” 2002, nr 5, s. 62.

jest „żelazny [...], jak jedna karta [...], jak kłębek wełny [...], jak wodospad [...], jak plaster miodu”¹⁵¹. Pięć najbardziej interesujących prac-opowieści, które nie powinny przekroczyć objętości 5 stron maszynopisu, obiecano opublikować na łamach magazynu, a ich autorów nagrodzić wytwornymi zegarkami. Podobnie jak w poprzednim przypadku tak i ten konkurs „przerósł oczekiwania” redakcji. Pojawił się m.in. „czas ciszy”, „czas pytań”, czas, który „goni i ucieka”, ale zdarzyły się i „kolory czasu”.

Czas był również przedmiotem kolejnego konkursu, a raczej oryginalnej zabawy literackiej *Na czasie*, obejmującej dwie kategorie: „jeszcze zdążę” i „już nie mam czasu”. Tym razem wyraźnie zaznaczono, że adresatami powinni być zarówno mężczyźni, jak i kobiety. Zasady były proste:

Spróbujcie napisać rymowany monolog osoby usiłującej skłonić swojego partnera do natychmiastowego wyjścia na bal lub jakąś inną imprezę [konkurs ogłoszono w okresie karnawału – przyp. M.P.S.], albo przeciwnie, do pozostania jeszcze trochę w domu, bo przecież „zdążymy”¹⁵².

Konkursowy monolog miał składać się z tylu zdań, ile godzin liczy dzień (12). Termin nadsyłania prac upływał 31 stycznia 2004 r., zaś na laureatów czekały ekskluzywne zegarki. Dostosowując się do żartobliwego charakteru konkursu, redakcja w formie rymowanej ogłosiła jego wyniki:

W pierwszej godzinie listy zbieramy. / W drugiej przez treść się ich przedzieramy./
W trzeciej tekst maili drukujemy. / W czwartej godzinie segregujemy / Prace na męskie i te
od pań / (wszystkie w granicach dwunastu zdań). / W siódmej godzinie obejrzą wszyscy /
niezwykłe, ręcznie zdobione listy. / Potem czytamy, jak na zegary / Patrzą autorów małżeń-
skie pary. / I po dwunastu godzinach pracy / zbiór finalistów macie na tacy¹⁵³.

Następnie wydrukowano prace nagrodzone w dwóch kategoriach (dla czytelniczek i dla czytelników).

Podobnie satyryczny charakter miała inna jeszcze inicjatywa redakcji pisma, podjęta w 2003 r.¹⁵⁴ Był to konkurs „z przymrużeniem oka”, w którym czytelnicy mieli ułożyć z 20 wybranych przez redakcję słów 20-zdaniowy utwór literacki (prozą lub wierszem). W każdym zdaniu powinien pojawić się jeden z podanych wyrazów: *brodacz, chochla, czerstwy, deseń, eksperyment, goździk, karmnik, kontrola, lukier, łaźnia, mimika, narożnik, obyć się, okop, poczuć, rozlać, suknia, temat, wpływowi, żółw*.

¹⁵¹ [br. aut.], *Konkurs* [:] *mój czas*, „Zwierciadło” 2003, nr 3, s. 58.

¹⁵² [br. aut.], *Konkurs: Czas goni, czas ucieka*, „Zwierciadło” 2004, nr 1, s. 81.

¹⁵³ [br. aut.], *Konkurs* [:] *Na czasie rozwiązany* [pis. oryg.], „Zwierciadło” 2004, nr 3, s. 147.

¹⁵⁴ [br. aut.], *Konkurs*, „Zwierciadło” 2003, nr 4, s. 136.

W tym przypadku nagrodą było 20 kompletów biżuterii. Na pomysły czekano do 15 kwietnia (2003), a wyniki (w równie zabawnej formie, jak w poprzednim przypadku) ogłoszono, pomimo wcześniejszej obietnicy, nie w numerze majowym, a w wydaniu czerwcowym. I tym razem czytelnicy stanęli na wysokości zadania. Redakcja przez kilka dni czuła się „jak w okopach z papieru”¹⁵⁵, czytając teksty zarówno zabawne, a nawet frywolne, jak i refleksyjne i wspomnieniowe.

Warto również wspomnieć o konkursie poetyckim *Snuć miłość*. Ogłoszono go w numerze czerwcowym w 2005 r., proponując czytelnikom, by zmierzili się z napisaniem wiersza lirycznego, erotyku albo fraszki miłosnej. Na konkurs należało przesłać minimum dwa utwory, ale nie więcej niż pięć. Nagrodą były firmowe kosmetyki. Na poezję czytelników czekano do 6 sierpnia 2005 r. Podobnie jak w czasie konkursu na napisanie pamiętnika *Dzień po dniu*, tak i w tym przypadku przewodniczącym jury został T. Jastrun, którego tekst o miłości pojawił się obok propozycji konkursu. Autor *Deszczu*, przyznając, że „nie ma recepty na pisanie wierszy miłosnych”¹⁵⁶, dodawał, że „Każdy wiersz powinien być prawdziwy jak kolor oczu, uśmiech i odcisk palca”¹⁵⁷. I wiele z nadesłanych na konkurs takimi właśnie było. Redakcja otrzymała prace ponad 1200 osób. Charakter nadesłanych wierszy omówiono kilka miesięcy później, w wydaniu listopadowym pisma. I tu przyznano *Literacką Przepustkę „Zwierciadła”*, a nagrodzone i wyróżnione utwory wydrukowano na *Specjalnych stronach dla wiersza*¹⁵⁸.

Pojawiło się również kilka drobniejszych konkursów, w których proponowano czytelnikom określony temat do opisania, zaś wśród autorów najlepszych prac rozlosowano nagrody, nierzadko książkowe. Przykładem może być konkurs dla *koneserów snów*: należało opisać wybrany przez siebie, najbardziej interesujący, bądź najbardziej tajemniczy lub proroczy czy ważny z innych względów sen i przesłać ów opis na adres redakcji. Nagrodą była w tym przypadku książka *Concerto d'amore* Anny Boleckiej¹⁵⁹, recenzowana na stronie obok.

Natomiast w grupie trzeciej (interesujących nas przedsięwzięć, w których pismo było jednym z inicjatorów) znalazł się m.in. konkurs na nazwę nowej serii, która zgodnie z założeniem obejmować miała światową współczesną prozę kobiecą, a wydawać ją miał Państwowy Instytut Wydawniczy,

¹⁵⁵ [br. aut.], *Konkurs. Rozwiązanie*, „Zwierciadło” 2003, nr 6, s. 106.

¹⁵⁶ T. Jastrun, *Snuć miłość*, „Zwierciadło” 2005, nr 6, s. 99.

¹⁵⁷ *Ibidem*.

¹⁵⁸ T. Jastrun, *Jeszcze poezja nie zginęła*, „Zwierciadło” 2005, nr 11, s. 156–[159].

¹⁵⁹ [br. aut.], *Konkurs!*, „Zwierciadło” 2004, nr 9, s. 72.

natomiast „Zwierciadło” było patronem medialnym przedsięwzięcia. Nagrodą dla laureata miały być kolejne tytuły, które zamierzano wydać w planowanym cyklu¹⁶⁰.

Przykładem współpracy miesięcznika z innym wydawnictwem był konkurs na wskazanie postaci, która zdaniem czytelników powinna zostać bohaterem serii *Biografie*, realizowanej przez Wydawnictwo Książkowe Twój Styl¹⁶¹.

Magazyn nawiązał również współpracę m.in. ze Studiem Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia SA, organizując wspólnie konkurs *Okiem reportera*. Zaproszenie do udziału w nim pojawiło się w sierpniu 2005 r. Interesujący był jeden z warunków, określających przyszłe prace. Organizatorzy spodziewali się prac, „które uwzględnią charakter miesięcznika >Zwierciadło<”¹⁶². Pomocą miał służyć wywiad z H. Krall, a także przykładowe reportaże magazynu, zamieszczone na następnych stronach pisma. Pierwszą nagrodą było opublikowanie nagrodzonego tekstu na łamach periodyku, drugą – realizacja reportażu radiowego. Uehonorowaniem miejsca trzeciego była kolekcja 6 płyt CD, wydanych przez Polskie Radio SA: *Antologia najwybitniejszych reportaży radiowych*. Termin nadsyłania prac mijał 30 listopada 2005 r., a jego rozwiązanie pojawiło się w okresie nie obejmującym ram czasowych przyjętych w niniejszej książce.

Kolejnym przykładem współpracy „Zwierciadła” z innym medium był organizowany wspólnie z Programem 2 Polskiego Radia konkurs *Napisz do słuchu*. Przed chętnymi stanęło zadanie przygotowania scenariusza słuchowiska radiowego na dowolny temat, przy czym podobnie jak w przypadku wyżej opisanego konkursu, tak i tu jednym z warunków było uwzględnienie przez autorów m.in. specyfiki magazynu oraz dodatkowo charakteru Programu II Polskiego Radia¹⁶³.

Miesięcznik nawiązywał współpracę również z innymi instytucjami i firmami, by inicjować i realizować konkursy, które nazwać można paraliterackimi. Jednym z pomysłów był konkurs *Życie zaczyna się po czterdziestce*, zaproponowany wspólnie z jedną z amerykańskich firm kosmetycznych w listopadowym numerze w 2004 r. Warto o nim wspomnieć, jako że, choć bardzo luźno można go zaliczyć do inicjatyw o charakterze także literackim, to w sposób wyraźny podkreślał typ odbiorczyń pisma. Czytelniczki poproszono o podzielenie się swoim podejściem do owej „magicznej granicy”

¹⁶⁰ [br. aut.], *Konkurs dla czytelników*, „Zwierciadło” 2003, nr 10, s. 90. Zwyciężyła nazwa *Spojrzenia*.

¹⁶¹ „Zwierciadło” 2004, nr 4, s. 70.

¹⁶² [br. aut.], *Okiem reportera*, „Zwierciadło” 2005, nr 8, s. 124.

¹⁶³ br. aut.], *Napisz do słuchu*, „Zwierciadło” 2005, nr 6, s. 109.

wieku, o opisanie, co dla każdej z nich ona oznacza. Jednym z wymogów było dołączenie przez autorki listów własnego zdjęcia i podanie daty urodzenia. Na sześć laureatek najbardziej interesujących zwierzeń czekała kuracja „odnowy biologicznej”, przeprowadzana przez specjalistów: stylistów, kosmetologów i fryzjerów. Wyniki konkursu ogłoszono w kwietniu 2005 r., prezentując zdjęcia laureatek już po metamorfozie. Konkurs promował i w tym przypadku wzór kobiety, realizowany przez magazyn. Zwycięzczyniami były czytelniczki, dla których przekroczenie wieku 40 lat „to nie koniec świata. Wręcz przeciwnie!”¹⁶⁴, a to dlatego, że są „otwarte na życie, pełne radości, wewnętrznego spokoju i ciekawe świata. Potrafią żyć tu i teraz. Potrafią żyć pełnią życia i wiedzą, że wszystko przed nimi”¹⁶⁵.

Czwarta grupa konkursów okazała się najliczniejsza. Bardzo często książka była nagrodą, na przykład za prawidłowe rozwiązanie krzyżówki. W danym numerze czytelnik mógł otrzymać m.in. jeden z 20 lub 30 egzemplarzy wybranego przez redakcję lub ufundowanego przez wydawcę tytułu (na przykład *Terapię Pauliny P.* Ryszarda Sadaja, reklamowaną na łamach periodyku). Książka była także niekiedy nagrodą za najciekawszy list przysłany do redakcji. W 2004 r., a szczególnie 2005, zwiększyła się wyraźnie liczba konkursów sms-owych, w których należało wybrać jedną z (zazwyczaj trzech) odpowiedzi, nawiązujących do wybranej książki, stanowiącej jednocześnie nagrodę dla kilku (przeważnie 10 lub 20) osób, które przysłały prawidłowe rozwiązanie. Nie zapomniano przy tej okazji o promocji własnych autorów. Na przykład z okazji niedawnej premiery książki T. Jastruna *Rzeka podziemna* zaproponowano czytelnikom udział w konkursie, w którym obiecywano rozlosować wśród poprawnych odpowiedzi 30 egzemplarzy tego tytułu¹⁶⁶.

Jak wynika z analizy zebranego materiału, omawiany periodyk często i chętnie proponował rozmaitego rodzaju konkursy, inicjował ciekawe przedsięwzięcia, których celem było m.in. zacieśnienie kontaktów czytelników z pismem z jednej strony, a z drugiej, odkrywanie talentów literackich wśród jego odbiorców. Pomimo, że nie udało się wyłonić kolejnej Doroty Masłowskiej czy wspomóc debiutu następcy W. Kuczoka, to jednak niezaprzeczną zaletą tych inicjatyw było rozwijanie zdolności pisarskich czytelników, a także warte podkreślenia promowanie (choćby niezamierzone) książek, będących nagrodą w licznych konkursach sms-owych.

¹⁶⁴ [br. aut.], *Życie zaczyna się po... czterdziestce*, „Zwierciadło” 2005, nr 4, s. 124.

¹⁶⁵ *Ibidem*.

¹⁶⁶ „Zwierciadło” 2005, nr 4, s. 12.

Zdecydowanie największą grupę stanowiły informacje nawiązujące do książki, zaliczone tu do kategorii Inne. Były one najbardziej zróżnicowane pod względem formy. Znaleźć wśród nich można zarówno dłuższe teksty, jak i krótkie wzmianki, notki i zapowiedzi.

Systematycznie drukowano felietony (w sumie było ich 192) znanych osób; wśród nich znajdował się stały cykl T. Jastruna *Czułym okiem*, *Przypowieści* P. Coelho, *Kartki z białego zeszytu* S. Raduńskiej oraz *Felieton z wierszem* A. Poniedziałkiego. Kilkakrotnie pojawiły się *Prawdy i zmyślenia* M. Bojarskiej, zaś sporadycznie rubryka *Punkt widzenia*, a w jej obrębie felietony Agnieszki Graff, Krystyny Kofty i Piotra Pietuchy. Interesującym pomysłem była systematycznie drukowana rozmowa pomiędzy W. Eichelbergerem a T. Jastrunem (*Mężczyzna wobec kobiet* → *Tajemnice mężczyzn* → *Jawa i sen*), którzy poruszali tematy odpowiadające tytułowi cyklu. Kilkakrotnie do rozmowy zaproszono także P. Coelho. Redakcja bardzo ceniła sobie współpracę z autorem *Alchemika*, podkreślając, że pisane przez niego przypowieści przygotowywane są specjalnie dla „Zwierciadła”. Wzmocnieniu wymowy tej współpracy miał służyć nagłówek, używany także przy innych tego typu okazjach: *Tylko u nas*.

Na łamach pisma drukowano też fragmenty powieści (21). Wśród nich znalazły się m.in. *Boyowie. Losy Zofii i Tadeusza Żeleńskich* Barbary Winklowej, *Jakbyś kamień jadła* W. Tochmana, *Jedenaście minut* P. Coelho, *Poczwarzka* D. Terakowskiej, *Polka* Manueli Gretkowskiej, *Rozstania* Magdy Dygat. Tytuły P. Coelho były kilkakrotnie przywoływane. Poza wspomnianymi, czytelnicy mogli poznać także fragmenty *Demona i panny Prym* oraz *Zahira*. Nie zapomniano również o promocji książek własnych autorów: pojawiły się na przykład urywki *Alchemii alchemika autorstwa* W. Eichelbergera i Wojciecha Szczawińskiego, a także książki składającej się z rozmów R. Arendt-Dziurdzikowskiej z W. Eichelbergerem, drukowanych na łamach pisma kilka lat wcześniej (*Mężczyzna też człowiek*). Zamieszczano również opowiadania (16), jak na przykład wspomniana parodia bestsellera Helen Fielding, w wykonaniu rodzimym występująca na łamach „Zwierciadła” jako Bridget Dąs czy cztery lata później, w 2005 r., opowiadanie Konrada T. Lewandowskiego, drukowane w pięciu odcinkach.

W magazynie pojawiały się również krótkie informacje związane z literaturą, zamieszczane w różnych działach i rubrykach, a donoszące w kilku zdaniach bądź to o imprezach, związanych z książką, bądź dotyczące pisarzy. W latach 2004–2005 w ramach przygotowywanego przez K. Sztukę przeglądu najważniejszych z punktu widzenia redakcji wydarzeń kulturalnych danego miesiąca odnaleźć można było także informacje związane m.in. ze spotkaniami z książką (jak choćby dotyczące kolejnych targów książki, Wrocławskich Promocji Dobrych Książek, Festiwalu Książki „Bibliomania

2004” i „Bajlandii – innym wymiarze bajki” czy o XIX Międzynarodowego Festiwalu Komiksu). Pojawiały się w tym miejscu również informacje o spotkaniach z pisarzami (jak na przykład z autorkami książek z serii Europejki wyd. Czarne), wzmianki dotyczące imprez poetyckich (na przykład informacja o IX Oстрыm Dyżurze Poetyckim w Teatrze Narodowym w Warszawie) czy dotyczące nagród literackich (m.in. wręczenie Nagrody Literackiej im. Józefa Mackiewicza). Informacje tego typu zajmowały kilkanaście zdań wśród innych tego rodzaju doniesień. Poza krótką charakterystyką czytelnik mógł liczyć na wskazówki organizacyjne: datę, miejsce i ewentualną cenę biletu na proponowaną imprezę.

Pisano także o rozmaitych ciekawostkach, związanych z książką (62). Wśród nich znalazła się m.in. informacja dotycząca programu, realizowanego w Szwecji: *Czytam, wiem, tworzę*, czy związana z rodzimą inicjatywą, *Czytanie zbliża*, stanowiącą część kampanii *Cała Polska czyta dzieciom*. Informowano, że tylko 4% Polaków interesuje się kulturą, a także przytaczano dane statystyczne związane z czytelnictwem Polaków. Odbiorca „Zwierciadła” mógł również dowiedzieć się, jaki cel przyświeca Polskiemu Bractwu Kawalerów Gutenberga.

W latach 2003–2004 systematycznie przypomniano o *Kanonie książek dla dzieci i młodzieży*, za każdym razem proponując inne tytuły (na przykład *Baśnie* Braci Grimm, *Harry Potter i kamień filozoficzny* Joanne J. Rowling, *Akademia Pana Kleksa* Jana Brzechwy, *Opowieści z Narnii* Clive’a S. Lewisa). Ta forma informacji miała charakter zbliżony do reklamy, zawsze zajmując niewielkich rozmiarów moduł, umieszczony zazwyczaj u dołu strony.

Periodyk adresowany był jednak przede wszystkim do publiczności dorosłej i jakkolwiek kwestie związane z dziećmi i młodzieżą były tu często podnoszone, to jednak oferta proponowanych w rozmaity sposób książek dostosowana była do dorosłego czytelnika. Wspomniany *Kanon* należał zatem do rzadkich przejawów zainteresowania magazynu promocją literatury dziecięcej czy młodzieżowej. Propozycje lektur adresowanych zarówno dla dorosłych, jak i dzieci odnaleźć można niekiedy przy okazji tekstów podejmujących kłopoty związane z wychowaniem. Wówczas na zakończenie wywodu pojawiał się krótki nagłówek: *Polecamy*, a pod nim tytuły kilku wybranych pozycji, po które powinien sięgnąć zarówno rodzic, jak i jego dziecko¹⁶⁷. Częściej jednak proponowano wybrane książki rodzicom¹⁶⁸.

¹⁶⁷ Zob. np. „Zwierciadło” 2005, nr 8, s. [58]–[61].

¹⁶⁸ Np. poradnik K. Czachowskiej i K. Małkowicz: *Spokojnie, to tylko życie*, zob. „Zwierciadło” 2002, nr 4, s. 86; książka L. Mieścickiej-Mellibrudy: *Być matką dorosłych dzieci*, zob. „Zwierciadło” 2002, nr 2, s. 105.

Ta forma, dzięki której czytelnicy dowiadywali się o książkach, po które warto sięgnąć, była wykorzystywana przez redakcję także przy innych tekstach, odnoszących się do rozmaitych kwestii. Na przykład pod publikacją, opisującą rozmaite uczulenia, pojawiła się sugestia, by sięgnąć po *Poradnik medyczny. Alergie* wydawnictwa Medium¹⁶⁹. W innym przypadku proponowano książkę *Homeopatia 101 praktycznych porad*¹⁷⁰, zaś pisząc o stanach depresyjnych zalecano lekturę *Depresja – złośliwy smutek* (Lewisa Wolperta)¹⁷¹.

Książka pojawiała się także jako źródło, z którego korzystali autorzy publikacji. Odnotowywali oni w takich przypadkach skrupulatnie dane bibliograficzne. Na wykorzystane książki powoływano się m.in. przy okazji tekstu na temat wspólnoty rodzinnej i tego, jak ją budować¹⁷² czy przy publikacji będącej tematem miesiąca: *W drodze do bliskości*¹⁷³.

3.2.4. Dowód artystycznej osobowości¹⁷⁴. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Na łamach „Zwierciadła” w niewielkim tylko stopniu interesowano się rynkiem prasowym. Informacji, które by doń nawiązywały, było bardzo mało (12). Poza trzema przypadkami były to krótkie, kilkunastozdaniowe wzmianki, na przykład informujące o jubileuszu pięciolecia czasopisma „Charaktery”, o nowym miesięczniku dla dzieci „Bajki-grajki” czy o odznaczeniu Barbary Toruńczyk (twórczyni „Zeszytów Literackich”) Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski. Nieco dłuższy, jednostronicowy tekst pojawił się z okazji jubileuszu 60-lecia tygodnika „Przekrój”, przypominając jego współpracowników: Konstantego I. Gałczyńskiego, Jerzego Waldorffa, Melchiora Wańkowicza i innych.

¹⁶⁹ „Zwierciadło” 2002, nr 4, s. 116.

¹⁷⁰ „Zwierciadło” 2002, nr 4, s. 113.

¹⁷¹ „Zwierciadło” 2001, nr 10, s. 87.

¹⁷² „Zwierciadło” 2005, nr 12, s. 24–[29].

¹⁷³ „Zwierciadło” 2005, nr 8, s. 28–[33].

¹⁷⁴ Tytuł jednej z informacji, zob. S. Szablowski, *Dowód artystycznej osobowości*, „Zwierciadło” 2003, nr 2, s. 82.



Charaktery

W numerze
kwietniowym:

Dlaczego warto zaufać
Pokonujemy nieśmiałość
Być blisko siebie
Czas na macierzyństwo
Nadpobudliwe dzieci

Charaktery online!
<http://charaktery.onet.pl>

Jeśli szukasz
dróg harmonijnego
życia, chcesz być
piękną także
duchem –
czytaj „Charaktery”

Zdjęcie 101. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 4, s. [81]



Ergo wymień racje
zmień relacje

Nowy miesięcznik
dla rodziców i wychowawców

www.ergo.pl

Twoje dziecko to jest wyjątkowe. To wymaga od Ciebie wyjątkowej troski i uwagi. Ergo to jest czasopismo, które pomoże Ci w tym. Zawiera cenne informacje, które pomogą Ci w wychowaniu Twojego dziecka. Znajdziesz tu wiele ciekawych porad, które pomogą Ci w wychowaniu Twojego dziecka. Znajdziesz tu wiele ciekawych porad, które pomogą Ci w wychowaniu Twojego dziecka.

Wartość abonamentu: 12 numerów po 10 zł. Wskazówka: 12 numerów po 10 zł. Wskazówka: 12 numerów po 10 zł. Wskazówka: 12 numerów po 10 zł.

Wskazówka: 12 numerów po 10 zł. Wskazówka: 12 numerów po 10 zł. Wskazówka: 12 numerów po 10 zł. Wskazówka: 12 numerów po 10 zł.



Zdjęcie 102. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2004, nr 9, [37]

Nieco częściej temat prasy pojawiał się dzięki reklamom; tych było w badanym okresie 60. W sumie zaproponowano 23 różne periodyki. Wśród nich znalazły się m.in.: „Kuchnia. Magazyn dla smakoszy”; „M jak Mieszkanie”, „Ozon”; „Podróż”, „Polityka”, „Przekrój”, „Szósty Zmysł”. Warto zwrócić uwagę także na dwa inne tytuły, które wpisywały się w profil pisma i kilkakrotnie pojawiały się w na łamach „Zwierciadła” w formie reklamy: „Charaktery” oraz „Ergo: Forum Wychowawców”. Oto wybrane przykłady – zdjęcie 101–103.



Zdjęcie 103. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 3, s. [53]

W każdym z przywołanych powyżej ogłoszeń określony został adresat. „Charaktery” kierowano do osób, które „szukają dróg harmonijnego życia”, „Ergo...”, to „miesięcznik dla rodziców i wychowawców”, zaś „Szósty zmysł” to pismo „dla wrażliwych”. W każdym anonsie zamieszczono także kopię okładki najbliższego numeru reklamowanego pisma, przy czym tylko w trzecim przypadku był to element najbardziej przykuwający wzrok. W ogłoszeniu pierwszym były nim zapowiedzi tematów najbliższego wydania, przy inseracie drugim to zadanie realizował rysunek, który w założeniu miał odzwierciedlać umieszczone powyżej hasło. Na nieco inne elementy zwrócili uwagę reklamodawcy proponujący sięgnąć po dwa inne pisma (zdjęcia 104–105).



Zdjęcie 104. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” 2005, nr 3, s. [133]



Zdjęcie 105. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” 2003, nr 6, s. [45]

W pierwszym przypadku (zdjęcie 104) czytelnika zachęcić miała możliwość wygranej w postaci samochodu, którego wizerunek pojawił się na pierwszym planie. Sugestywnie brzmiało hasło, które dawało do zrozumienia, że aby dołączyć do tych, którzy „zawsze się wyróżniają”, należy kupić proponowane czasopismo. Dzięki temu nie tylko będzie można oryginalnie urządzić swoje mieszkanie, ale także stać się właścicielem nietuzinkowego samochodu. W drugim ogłoszeniu (zdjęcie 105) postawiono na inny rodzaj oryginalności: w skądinąd znanej formie przypomniano czytelnikowi, kiedy ulubiony przez niego tytuł dostępny jest w sprzedaży.

„Zwierciadło” przyłączyło się do ogólnopolskiej kampanii (promocji prasy), w której udział brały także omówione wcześniej tygodniki opinii. Obok tych samych ogłoszeń, które pojawiały się na łamach „Polityki”, „Wprost” i „Newsweek Polska”, uwagę czytelnika zwracały też inne formy anonsu reklamującego prasę (zdjęcie 106).

Przewrotne hasło, a także tło utworzone z fragmentów artykułów, na którym pojawił się napis z liter wyciętych z gazet, niczym w anonimie, zwracały uwagę czytelnika, pomimo że ograniczono się do czarno-białej tonacji ogłoszenia.



Zdjęcie 106. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2005, nr 8, s. [53]

Inaczej wyglądała autopromocja „Zwierciadła”. Ogłoszeń tego typu było 76, co stanowiło razem 148 informacji związanych z prasą. Zarówno w większości anonsów przypominających o prenumeracie pisma, jak i reklamujących kolekcję periodyku czy podejmowane przezeń inicjatywy, sięgano najczęściej po nasycone kolory, które niekiedy współgrały z daną porą roku. Tak było choćby w reklamie zaprezentowanej na zdjęciu 107.

Uważny czytelnik zauważył w owym gąszczu jesiennych liści tytuł ulubionego przez siebie periodyku, umieszczony u góry strony. Ciepłe barwy miały w założeniu nastawić odbiorcę pozytywnie do czytanego magazynu, a bardziej dociekliwy adresat zaczął się, być może, zastanawiać nad głębią i przesłaniem, ukrytymi w owej reklamie.



Zdjęcie 107. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Zwierciadła” „Zwierciadło” 2003, nr 10, s. [6]

Większość inseratów zarówno tych o charakterze autopromocyjnym, jak i reklamujących inne tytuły była całostronicowa. Zwiększało to czytelność przekazu, choć i w przypadku mniejszych ogłoszeń, zajmujących kolumnę lub (rzadziej) niewielki moduł, były one przejrzyste. Wynikało to również z faktu, że w pojedynczym ogłoszeniu reklamowano zazwyczaj jeden tytuł¹⁷⁵.

Analiza zebranego materiału, a także przytoczone przykłady świadczą o dużym zainteresowaniu redakcji „Zwierciadła” książką. Najliczniej była ona reprezentowana w recenzjach i formach jej pokrewnych oraz w postaci proponowanych czytelnikom konkursów, szczególnie tych o charakterze miniquizów, wykorzystujących możliwości telefonii komórkowej.

¹⁷⁵ Wyjątkiem był anons, w którym pojawiło się 8 tytułów czasopism, zob. „Zwierciadło” 2001, nr 3, s. [4].

Z wielu znajdujących się na łamach pisma form informacji o książce wyłaniał się obraz, który komponował się, co wielokrotnie podkreślano, z nadrzędną polityką pisma (ukierunkowanego na kreowanie określonego wzoru osobowego kobiety), przystosowanego jednocześnie do potencjalnych odbiorców. Konsekwencją była pewna jednostronność proponowanych lektur (w przypadku recenzji zamieszczanych w rubryce *Moje książki*) i zdeterminowany założonymi kryteriami wybór zarówno rozmówców do przeprowadzanych wywiadów, jak i bohaterów kreślonych sylwetek twórców. W wielu przypadkach pojawiało się przesłanie, które dałoby się zamknąć w słowach jednej z bohaterek historii, przytoczonej na łamach pisma: „Czas nie musi płynąć przeciwko nam. Nawet jeśli jest się kobietą. To nic, że ustawia nas naprzeciw lustra i każe liczyć kolejne zmarszczki. To nic pod warunkiem, że poza lustrzanym odbiciem mamy coś jeszcze”¹⁷⁶.

¹⁷⁶ A. Filipowska, *Ogród Diany*, „Zwierciadło” 2004, nr 4, s. 54.

3.3. „Twój Styl”: luksus dostępny dla wszystkich¹

3.3.1. Styl na lata²: historia periodyku

Nigdzie lokalny tytuł nie wygrał konkurencji z wielkimi światowymi magazynami. W Polsce się to zdarzyło³.

Drugi z omawianych periodyków kobiecych, miesięcznik „Twój Styl”, pojawił się w Polsce w okresie najintensywniejszych przeobrażeń rynku prasowego, w 1990 r. Przypomnijmy: w tym czasie przystąpiono do likwidacji koncernu RSW Prasa-Książka-Ruch, wprowadzono w życie ustawę o zniesieniu cenzury, tworzono podstawy prawne umożliwiające zakładanie spółdzielni wydawniczych i spółek dziennikarskich. Były to jednocześnie miesiące, w których wydawcy borykali się z rosnącymi cenami usług poligraficznych i papieru oraz z problemami z kolportażem. Czynniki te z jednej strony wpłynęły m.in. na załamanie się czytelnictwa prasy, szczególnie w odniesieniu do wielu tzw. starych tytułów, z drugiej na tymczasowe zawieszenie lub zmniejszenie objętości dużej liczby periodyków. Jednocześnie pojawiły się zupełnie nowe pisma. Wśród nich pionierem w segmencie ekskluzywnych, tzw. lifestylowych czasopism kobiecych, stał się „Twój Styl”.

Jak twierdzi Krystyna Kaszuba, inicjatorka jego powstania, pomysł narodził się „Z zazdrości i mojej fascynacji pięknymi kolorowymi magazynami zachodnimi, które w PRL-u można było oglądać tylko w czytelni Empik-u na Ścianie Wschodniej”⁴. Z propozycją wydawania pisma, które zawartością miało przypominać zachodnie periodyki kobiece, K. Kaszuba zgłosiła się do Cezarego Windorbskiego, ówczesnego współwłaściciela spółki wydawniczej Interim. Przedsiębiorstwo powstało w 1988 r. jako Polska Grupa Interim, holding specjalizujący się w produkcji i dystrybucji luksusowych produktów. Rok później przekształciło się w Oficynę Wydawniczą. Sukces rynkowy i finansowy osiągnęło dzięki wydaniu bestsellerowego *Abecadła Kisiela* (Stefana Kisielewskiego). W czasie, kiedy Cezary Windorbski wraz z Grzegorzem Bialeckim poszukiwali pomysłu na inwestycję zarobionego kapitału, pojawiła się u nich K. Kaszuba z gotowym projektem prasowym. C. Windorbski przyznał: „Kiedy przejrzałem makiety, nie miałem wątpliwo-

¹ Część hasła, promującego periodyk: „*Twój Styl*” to luksus dostępny dla wszystkich.

² Tytuł jubileuszowego artykułu, z okazji dziesięciolecia istnienia pisma. Zob. M. Jarco, współpraca: M. Mrozińska, *Styl na lata*, „Wprost” 2000, nr 41, s. 86, 88.

³ J. Pieńkowska, *Po stronie kobiet*, „Twój Styl” 2005, nr 12, s. 90.

⁴ *Ibidem*.

ści [...], że w tej propozycji tkwi wielki potencjał”⁵. Koncepcja periodyku oparta była na wzorach zachodnich takich pism, jak na przykład „Glamour” czy „Vogue”, co wyraźnie wskazywało na założenie wydawania magazynu wysokiej jakości, adresowanego do ściśle określonej grupy odbiorców.

Czasopismo miało nosić tytuł „Styl” (podobnie jak przedwojenny poznański periodyk), ale gdy zgłoszono tę propozycję do rejestracji, okazało się, że jest on już zarezerwowany przez innego wydawcę. Dodano wówczas zaimek „Twój”, co nadawało nazwie osobisty wydźwięk i okazało się korzystne dla dalszego rozwoju czasopisma. Wykorzystując w dużej mierze kontakty towarzyskie w celu pozyskania autorów, K. Kaszuba, wraz z niewielką grupą osób, przygotowała pierwszy numer, który był łączonym wydaniem wakacyjnym. Ukazał się on w nakładzie 100 tys. egzemplarzy w lipcu 1990 r. Liczył 64 strony, wydrukowany został w warszawskim Domu Słowa Polskiego. Na drugiej stronie pojawił się jasno sprecyzowany program, który redakcja zamierzała realizować:

Niezależnie od okoliczności trzeba wierzyć w siebie. Tylko czy każdy z nas wie, co jest jego wartością? Chcielibyśmy, by w odpowiedzi na to pytanie pomógł Państwu „TWÓJ STYL”. [...] Chcemy rozmawiać z Państwem o stosunkach międzyludzkich, o tym wszystkim, co ludzi zbliża, pozwala wzajemnie się zrozumieć, nawiązać nici uczuć i sympatii, chronić serdeczne związki i szanować osobowość drugiego człowieka. [...]. Miesięcznik [...], z którym wchodzi my na rynek, to właśnie styl Pani, to styl Pana, to Wasz styl. Styl życia, obyczaju, mody, stosunków wzajemnych nawiązujący do najlepszych tradycji przeszłości i wrażliwie otwarty na współczesność⁶.

Sukces pierwszego numeru, który rozszedł się niemal bez zwrotów, zaskoczył nawet wydawcę. Okazało się, że pomysł nowej na rynku prasowym w Polsce formuły periodyku wpiszał się w oczekiwania czytelniczek, które do tej pory przyzwyczajone były do zupełnie innego typu prasy. Był odpowiedzią na ukryte pragnienia kobiet, a także rodzajem poradnika zarówno dla tych, które poszukiwały chwili zapomnienia i odskoczni od problemów codziennego życia, jak i dla tych, które próbowały odnaleźć się w nowej rzeczywistości, stawiającej przed nimi nowe wymagania. Był pierwszym polskim pismem, które lansowało styl nowoczesnej, eleganckiej, pewnej siebie kobiety, przedsiębiorczej, aktywnej zawodowo, słowem: kobiety sukcesu. „Twój Styl” stanowił

propozycję tworzenia własnego lepszego świata. Polki nie знаły jeszcze słowa „asertywność” ani hasła „Jesteś tego warta”. Brak poczucia własnej wartości przeszkadzał im nie tylko

⁵ K. Lubelska, *Madame Redaktor*, „Polityka” 2002, nr 14, s. 80.

⁶ Zespół magazynu „Twój Styl”, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1990, nr 1, s. 2.

w rozwoju zawodowym, ale i w osiąganiu szczęścia. Pomagaliśmy kobietom odnaleźć siebie i czerpać z życia to, co najlepsze. Pokazywaliśmy, jak nie dać się ustawić w roli tej gorszej⁷.

Jednocześnie kreował określony wizerunek kobiety i jej roli w społeczeństwie, wybrany model małżeństwa i rodziny.⁸

Po dwóch wakacyjnych miesiącach ukazał się numer drugi magazynu. Redakcja, dziękując za przychylne przyjęcie, apelowała, by czytelnicy dzielili się swoimi uwagami na temat kompozycji i zawartości periodyku. Prośba o udział w kształtowaniu jego postaci będzie odąd systematycznie pojawiać się na łamach „Twojego Stylu” w rubryce *Od redakcji*.

Wraz z rosnącą popularnością tytułu sukcesywnie rósł także jego nakład, ale również i cena. Już w numerze 3 tłumaczono jej wzrost zwiększającymi się kosztami wydawniczymi, rekompensując czytelnikom ten fakt poprzez dołączenie do wydania w formie wkładki zestawu ćwiczeń callanetics i obiecując w zamian zwiększenie objętości periodyku (kolejny numer liczył już 76 stron).

Zreorganizowano status wydającej go spółki, którą w październiku zarejestrowano jako „Twój Styl” sp. z o.o.⁹ Oficyna Wydawnicza „Interim” zatrzymała 80% udziałów, pozostałe 20% podzielono po połowie pomiędzy osoby fizyczne, będące jej założycielami. Do spółki przystąpiła Krystyna Kaszuba, już oficjalnie jako redaktor naczelna, oraz Roman Wysocki, który miał pełnić funkcję wiceprezesa ds. wydawniczych. Stanowisko prezesa objął Cezary Windorbski, a dyrektorem naczelnym został Grzegorz Białecki.

Kolegium redakcyjne tworzyli Krystyna Kaszuba, Leokadia Kempaska-Rylska i Roman Wysocki. Funkcję sekretarza redakcji sprawowała Anna Orlicka-Sapa, zaś wśród pierwszych współpracowników pisma znaleźli się: Ewa Bieszczadzka, Mariola Bojarska, Anna Grigo, Anna Humieja, Ilona Kondrat, Elżbieta Marianowska, Piotr Mitzner, Andrzej S. Nartowski, Edward Pietkiewicz, Joanna Rawik, Marzena Reich, Jacek Szmidt, Janusz

⁷ J. Pieńkowska, *Po stronie...*, s. 92.

⁸ Na temat wzoru osobowego, modelu małżeństwa i rodziny, kształtowanego przez pisma kobiece tego okresu, w tym także przez „Twój Styl” pisała m.in. Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Rzeszowie, Rzeszów 1998. Zob. też: K. Wodniak, *Miesięcznik „Twój Styl” w latach 1990–1995 jako nowy typ magazynu społeczno-kulturalnego*, „Acta Univesritatis Wratislaviensis. Literatura i Kultura Popularna” 1998, nr VII, s. 259–260; M. Przybysz-Stawska, *Między nowoczesnością a tradycją? Rodzina i wartości rodzinne prezentowane w prasie kobiecej (na przykładzie czasopisma „Twój Styl” w latach 2006–2009)*, [w:] *Wartości kulturowe w rodzinie: założenia, realia i egzemplifikacje*, red. nauk. W. Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010, s. [187]–203; eadem, *Stylowa kobieta. Portret stylu życia współczesnej kobiety lansowanej na łamach „Twojego Stylu” (w latach 2000–2003)*, [w:] *„Nowy wspaniały świat?”. Moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia*, red. naukowa W. Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009, s. [50]–66.

⁹ W skład spółki wchodziły dwa wydawnictwa: prasowe i książkowe.

Szymański, Ewa Woydyło oraz Mirosław Żuławski. Pierwszymi zagranicznymi korespondentami „Twojego Stylu” byli Blanka Farnik (Paryż), Janusz Szymański (Toronto) oraz Monika Teresińska (Boston). Siedziba redakcji znajdowała się w tym czasie przy ul. Świętojerskiej 5/7 w Warszawie.

Dzięki utrzymaniu wysokiego poziomu magazynu zarówno pod względem technicznym, jak i merytorycznym oraz konsekwentnemu propagowaniu założonego na początku wizerunku nowoczesnej kobiety, „Twój Styl” zyskał grono wiernych czytelników, którzy w drukowanych niejednokrotnie na łamach periodyku listach dawali wyraz swego przywiązania:

Ciekawe reportaże, felietony, moda, porady, eleganckie wydanie. Jest to coś, na co od dawna czekałam! Słowem prawie Zachód!¹⁰ [...] o tym, jak bardzo podobało mi się Wasze pismo niech świadczy fakt, że gdy kupiłam je, to czytałam jednym tchem aż do ostatniej strony i skończyłam o 24.00, pomimo, że nazajutrz rano szłam do pracy¹¹.

Wraz z kolejnymi numerami tytuł stawał się coraz bardziej elegancki i luksusowy, jeśli chodzi o formę graficzną, a także ciekawszy pod względem treści. Rozszerzając zakres podejmowanych tematów, starając się dostosować do wzrastających wymogów odbiorców, korzystając z ich sugestii i porad, redakcja starała się jednocześnie zachować wierność nadrzędnej formule pisma, które miało pomagać czytelnikom w tworzeniu własnego stylu życia.

Ich liczba systematycznie rosła, rósł też jednorazowy nakład kolejnych wydań. W 1991 r. wyniósł on niemal 300 tys. egz.¹² Przy przygotowaniu kolejnych numerów pracowało coraz więcej osób. Zwiększyła się liczba korespondentów zagranicznych: do polskich czytelników trafiały teksty pisane przez Jerzego Samborskiego (Londyn), Evę Zwierzyńską-Severi (Rzym). W tym czasie miesięcznik zainicjował konkurs *Prababka w kolorze sepia*. Czytelnicy przysyłałi napisane przez siebie opowieści rodzinne, zainspirowane starymi fotografiami swoich przodków. Najciekawsze prace drukowano na łamach periodyku. Nagrodą główną był aparat fotograficzny, nadto na autorów wyróżnionych prac czekały inne, w tym książkowe, nagrody¹³.

W 1991 r. redakcja zwróciła się z prośbą do Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego o zbadanie pozycji rynkowej „Twojego Stylu”. Na niemal 700 wydawanych wówczas czasopism w Polsce, tytuł uplasował się na 12. miejscu wśród 20 najbardziej popularnych

¹⁰ Zespół magazynu „Twój Styl”, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1990, nr 4, s. 2.

¹¹ *Ibidem*.

¹² Zespół magazynu „Twój Styl”, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1991, nr 7–8, s. 2.

¹³ Konkurs rozstrzygnięto w numerze wakacyjnym 7–8 (1992). Jego rozwinięciem stała się seria, wydawana przez Wydawnictwo Książkowe Twój Styl, zatytułowana „W Kolorze Sepii” (zapoczątkowana w 1995 r.).

periodyków w kraju¹⁴. Wraz z omówieniem wyników badań w numerze 11 (1991) pojawiła się również ankieta *Co o nas myślicie? Jak nas oceniacie?*, która miała pomóc w redagowaniu jeszcze ciekawszego, lepszego magazynu¹⁵. Jednocześnie spółka zaczęła wydawać cztery kolejne pisma: dwa z nich były to kwartalniki o charakterze specjalistycznych poradników: „Fryzury oraz „Sekrety Młodości i Urody”. Stanowiły one rozwinięcie analogicznych działów w piśmie macierzystym. Dwa następne to tygodnik dla młodych kobiet „To Ty” oraz miesięcznik „Czary”. Poza pierwszym wymienionym tytułem, pozostałe nie zdobyły dostatecznego uznania w oczach czytelników i po kilku numerach zostały zlikwidowane.

W 1992 r. wydawca wprowadził możliwość prenumeraty „Twojego Stylu”. Tytuł osiągnął pułap 400 tys. egz., a numer 12 wydany w tym roku liczył już ponad 232 strony. W tym czasie ogłoszony został po raz pierwszy plebiscyt, w którym czytelnicy wybrać mieli Kobietę Roku¹⁶, zaś magazyn otrzymał prestiżową nagrodę, przyznaną przez Instytut Badania Opinii i Reklamy Pentor, „za najbardziej znaczące wydarzenie na rynku mediów”¹⁷. Pismo zmieniło się nieco pod względem graficznym, zyskując wyraźniejszą okładkę, drukowaną na sztywniejszym papierze, pojawiła się również bardziej czytelna stopka redakcyjna. Zmianie uległ także format: z dotychczasowego wynoszącego 20x29 cm osiągnął wielkość 23x29,5 cm. Redakcja wprowadziła wówczas po raz pierwszy zwyczaj grudniowego „numeru marzeń”, który miał być wydaniem „na zamówienie”, przygotowanym na podstawie życzeń czytelników. Propozycje tematów, jakie chcieliby oni znaleźć w świątecznym numerze magazynu, miały być wykorzystane przez redakcję i zaprezentowane na jego łamach. W tym samym roku utworzono mutację rosyjską i ukraińską „Twojego Stylu”, a kilka miesięcy później podjęto rozmowy ze stroną bułgarską¹⁸.

W tym czasie zespół tworzyła już znacznie większa grupa dziennikarzy niż na początku. Znaleźli się w niej m.in. Elżbieta Chęcińska, Renata Dziurdzikowska¹⁹, Adam Gutowski, Alina Niedzielska, Joanna Rawik, Liliana Śnieg-Czaplewska, zaś z Filadelfii korespondencję nadsyłała Aleksandra Ziółkowska-Boehm.

Lata następne przyniosły dalszy rozwój „Twojego Stylu”, zwiększenie jego nakładu i objętości. Jednocześnie rosące wymagania zarówno rekla-

¹⁴ Zespół magazynu „Twój Styl”, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1991, nr 11, s. 2.

¹⁵ [br. aut.], *Od redakcji*, „Twój Styl” 1991, nr 11, s. 144.

¹⁶ Wymienione akcje pisma zostaną omówione dokładniej w dalszej części rozdziału.

¹⁷ http://ftpsuperbrands.home.pl/SB1_pdf/Twoj_Styl.pdf, 2 lutego 2009.

¹⁸ Cyt. za: K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2004, s. 47.

¹⁹ Przeszła ona w późniejszym okresie do redakcji omawianego wcześniej miesięcznika „Zwierciadło”.

modawców, jak i odbiorców, niewystarczająca baza poligraficzna w kraju spowodowały, że druk pisma przeniesiony został za granicę, do Donnelly Polish-American Printing Company (DPA).

Redakcja, świętując czwarte urodziny, pisała m.in.: „naszym celem jest pomoc w wyzwaniu i utrwalaniu tych pozytywnych, ułatwiających życie emocji, pokazywanie barwnych stron życia, a nie szarzyzny, której tak wiele jest wokół”²⁰. Do wydawcy miesięcznika zwrócił się w tym czasie francuski koncern Hachette Filipacchi Presse z propozycją współwydawania edycji polskiej wersji magazynu „Elle”. Ta propozycja potwierdzała pozycję „Twojego Stylu” na rynku prasowym jako pisma o wysokim poziomie edytorskim i merytorycznym oraz znaczącej grupie elitarnych czytelników. W październiku do sprzedaży trafił pierwszy numer nowego magazynu, wydawanego w koedycji z wydawcą „Twojego Stylu”.

W połowie lat 90. XX w. omawiany miesięcznik liczył średnio 185 stron, drukowanych na coraz lepszej jakości papierze, ze zwiększającą się systematycznie liczbą zdjęć. W stopce redakcyjnej pojawiły się nazwiska osób, odpowiedzialnych za poszczególne działy, zaś redakcja inicjowała kolejne akcje, jak choćby przedsięwzięcie promowane hasłem *Zdążyć przed rakiem*. *Październik miesiącem szansy* czy konkurs *Lekarz Przyjacielem Kobiety*. Pomimo pojawienia się na rynku konkurencyjnych tytułów (m.in. „Cosmopolitan. Mocne Strony Kobiety” w 1998 r.), „Twój Styl” zachował pozycję lidera w tej grupie pism.

Kolejnym istotnym momentem w jego dziejach stał się rok 1995. Wtedy to „Twój Styl” sp. z o.o. przekształcił się w Wydawnictwo Prasowe „Twój Styl” sp. z o.o. → WPTS (nadal wchodzące w skład Polskiej Grupy „Interim”), z którego wyodrębniło się Wydawnictwo Książkowe. Przewodniczącym Rady Nadzorczej WPTS został C. Windorbski, zaś Prezesem Zarządu G. Białecki. Z pismem współpracowali w tym czasie m.in. Krystyna Kofta, Olga Lipińska, Mira Michałowska, Irena Ostałowska i Kinga Wojtowicz. Ze Sztokholmu korespondencję nadsyłała Krystyna Hugosson-Bujwid, a z Waszyngtonu Kinga Rusin.

Periodyk jako jeden z pierwszych w Polsce uruchomił własną witrynę internetową (1996) pod adresem www.twojstyl.com.pl, zaś wydawca wprowadził na rynek kolejny tytuł: „XL” (magazyn muzyczny)²¹.

W 1997 r. połowę udziałów w spółce wydającej magazyn wykupiła amerykańska firma At Entertainment Inc. Inwestowała ona w Polsce w media elektroniczne (m.in. w 100% kontrolując Polską Telewizję Kablową), co w odniesieniu do omawianego pisma przełożyło się na możliwość zaistnie-

²⁰ K. Kaszuba, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1994, nr 8, s. 6.

²¹ Ze względu na nikłe zainteresowanie tym periodykiem tytuł przeniesiono w 2000 r. do Internetu.

nia tytułu w wersji programu telewizyjnego²². W tym czasie po raz pierwszy nagrodzono *Dzienniki Polek* w konkursie *Miesiąc z życia kobiety*. Wybrane prace zostały wydane w formie książki przez Wydawnictwo²³.

Rok 1998 przyniósł kolejną zmianę: WPTS zmieniło nazwę na Dom Wydawniczy Twój Styl. Wtedy też wydawnictwo przeniósło swą siedzibę do nowego budynku przy ul. Okrzei 1A. W listopadzie wydano setny numer magazynu, liczący 328 stron. K. Kaszuba pisała:

Najbardziej cieszy mnie to, że nasze publikacje pomagają wielu osobom umocnić wiarę w siebie, we własne siły, dają poczucie własnej wartości, przeświadczenie, że można pokonać trudności, odbudować szczęście osobiste, żyć pełnią życia bynajmniej nie kosztem innych²⁴.

Jakkolwiek była w tych stwierdzeniach pewna doza egzaltacji, prezentująca wyidealizowaną misję i wizję „Twojego Stylu”, to jednak pewne fakty były bezdyskusyjne: periodyk wydawano w nakładzie ok. 400 tys. egz.²⁵, co zapewniało mu pozycję lidera w grupie pism lifestylowych. Tytuł wypracował rozpoznawalną na rynku markę, miał wierną grupę czytelników, z których wielu było jego odbiorcami od pierwszego numeru, a także grono znanych współpracowników, wśród których pojawiali się nie tylko dziennikarze, ale również specjaliści prezentujący rozmaite dziedziny (m.in. ekonomię, medycynę) i pisarze.

Ostatnie lata XX w. to kolejne inwestycje wydawcy „Twojego Stylu”. Do flagowego tytułu dołączono wydawane na licencji polskiej wersji: francuskiego miesięcznika poświęconego urodzie „Votre Beauté”, awangardowego miesięcznika dla mężczyzn włoskiej oficyny Rizzoli „Maks” oraz znaną kilku pokoleniom polskich dziewcząt „Filipinkę”.

Z okazji 10-lecia istnienia magazynu redakcja zaprosiła czytelniczki do siedziby pisma, a następnie w numerze jubileuszowym (10/2000)²⁶ przedstawiono relację z tego spotkania²⁷.

W połowie 2001 r. wprowadzono zmiany w grafice pisma. Nie były one jednak zbyt głębokie, dotyczyły bardziej uatrakcyjnienia szaty periodyku

²² Z założenia miał on być utożsamiany ze swym prasowym odpowiednikiem. Po raz pierwszy wystartował 31 grudnia 1999 r. na antenie Wizji TV. Po kilku miesiącach emisji program zawieszono, ponownie pojawił się on w Programie 2 TVP. Zaczęto również wydawać magazyn abonentów Wizji TV, zatytułowany „Twoja Wizja”.

²³ T. Jastrun, *Historie prawdziwe. Współczesne dzienniki Polek*, Wydawnictwo Książkowe „Twój Styl”, Warszawa 1999.

²⁴ K. Kaszuba, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1998, nr 11, s. 30.

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ Pomimo, że pierwszy numer „Twojego Stylu” ukazał się w lipcu, większość kolejnych rocznic świętowano w październiku, miesiącu zarejestrowania spółki „Twój Styl”.

²⁷ A. Grigo, *Dzień z życia redakcji*, „Twój Styl” 2000, nr 10, s. 40–42, 44.

niż jego zawartości czy zmian w tradycyjnym układzie działów i rubryk (miały raczej charakter prasowego liftingu). Poprawiono natomiast w sposób wyraźny wizerunek pisma w Internecie: strona „Twojego Stylu” stała się bardziej dynamiczna, zmieniono layout, wprowadzono elementy interaktywne, umożliwiające kontakt z czytelnikiem poprzez na przykład organizowanie spotkań w świecie wirtualnym w postaci tzw. czatów, ze znanymi osobami²⁸. Zamieszczano także konkursy dla internautów, którzy wybrali tę formę kontaktu z tytułem.

W październiku tego samego roku Polska Grupa Interim odkupiła od spółki AtEntertainment (UPC) 50% udziałów WPTS, stając się dzięki temu (ponownie) jego właścicielem. Nieznacznej modyfikacji uległa wówczas grafika pisma, co wyrażało się m.in. w zmienionej formie spisu treści oraz w zastosowaniu innego kroju czcionek przy tytułach działów i rubryk. Dzięki temu zawartość magazynu zyskała na przejrzystości. Zwiększyła się również liczba zamieszczanych w nim zdjęć.

Początek 2002 r. był dla pisma czasem zmian. Z redakcji odeszła jego założycielka, K. Kaszuba²⁹. Wcześniej jednak, w efekcie konfliktu³⁰ pomiędzy polskimi udziałowcami spółki (w której K. Kaszuba miała 5% udziałów), doszło do przejęcia tytułu przez niemiecki koncern Heinricha Bauera³¹.

²⁸ A. Nalewajk, *Sieć na kobiety*, „Press” 2001, nr 2, s. 66.

²⁹ Po rezygnacji z pracy w redakcji „Twojego Stylu”, K. Kaszuba objęła stanowisko wiceprezesa w Wydawnictwie Edipresse Polska.

³⁰ Przyczyną sporu były kwestie finansowe. K. Kaszuba domagała się zwiększenia nakładów na promocję pisma i jego ulepszenie. C. Windorbski (posiadający 43% udziałów PGI) zarzucał jej, że jako główny udziałowiec nie ma żadnego wpływu na działalność spółki, szczególnie zaś na WPTS. Konflikt zaostrzył się jeszcze w październiku 2001 r. po wspomnianej powyżej transakcji. Wkrótce po jej dokonaniu wspólnicy PGI podjęli decyzję, że zarządzanie aktywami spółki przekażą firmie Trogon Asset Management (TAM), która weszła do zarządu PGI i WPTS. C. Windorbski nie zgadzał się z decyzjami TAM i 4 stycznia 2002 r. wystąpił do sądu o rozwiązanie PGI, informując o tym BRE Bank, w którym zaciągnięto kredyt na poczet wydawanych przez firmę pism. Konflikt pomiędzy wspólnikami PGI sprawił, że nie było możliwości ani sprawnego bieżącego funkcjonowania spółki, ani jej restrukturyzacji. W efekcie nad Grupą PGI zaciążyła groźba upadłości. Reakcja Banku była natychmiastowa: tego samego dnia, bez wcześniejszego ostrzeżenia, wypowiedział on wszystkie zawarte z grupą umowy kredytowe (ich łączna wartość wynosiła ok. 14 mln USD), żądając jednocześnie ich spłaty w ciągu 7 dni. W razie braku takiej spłaty, Bank zagroził, że niezwłocznie przejmie aktywa PGI, w tym również udziały WPTS, stanowiące zabezpieczenie kredytu. Potrzebne środki Grupa „Interim” zdobyła sprzedając Wydawnictwu Bauer swoje najcenniejsze aktywa: prawa do wydawania miesięczników „Twój Styl”, „Votre Beauté” oraz czasopisma „Filipinka”. Zob. <http://www.wirtualnemedi.pl>, A. Błaszczuk, *U Bauera, ale w swoim stylu: „Twój Styl” ma nowego właściciela*, 3 luty 2009.

³¹ Koncern Heinrich Bauer Verlag – jeden z największych wydawców czasopism w Europie. Jego historia sięga 1875 r., i założonej wówczas przez litografa, J. A. L. Bauera, drukarni biletów wizytowych. W 1903 r. firma zmieniła nazwę na J. A. L. Bauer und Sohne i zaczęła wydawać bezpłatną gazetę regionalną „Rotenburgsorter Zeitung”. Dynamiczny rozwój

Nowy wydawca stworzył spółkę, która miała zająć się edycją wyłącznie pism luksusowych, stąd w styczniu 2002 r. powstało „Media Styl” (w grudniu 2002 r. włączone w struktury macierzystego koncernu). Od numeru 4 (2002) w stopce redakcyjnej pojawiła się nowa nazwa wydawcy. Na czele nowego Zarządu stanął Witold Woźniak (jako prezes), stanowisko dyrektora finansowego objął Andrzej Choynowski.

Początkowo wieloletnia redaktor naczelna odniosła się do tej zmiany optymistycznie, licząc na to, że finansowe możliwości nowego właściciela pozwolą zwiększyć przewagę „Twojego Stylu” nad konkurencją. Jednak szybko pojawiły się trudności we współpracy pomiędzy zarządem Wydawnictwa Bauer a K. Kaszubą. Jak wspomina jej następczyni: „Szefowa czuła się chyba trochę nieswojo, z boku [...]. Przychodziła, siedziała w gabinecie, robiliśmy pismo, ale ze strony wydawcy jakby nikt się nie interesował, co tu się dzieje”³². Nie godząc się na tę sytuację, zdecydowała się odejść. Jej miejsce zajęła Anna Achmatowicz-Schwendimann, pracująca w redakcji od 1993 r., a od roku 1997 pełniąca funkcję zastępcy redaktor naczelnej. Jej dotychczasowe stanowisko przejęli Ryszard Błaszczewicz i Jolanta Chyłkiewicz.

Zmiany na tak ważnym dla periodyku stanowisku nie przyniosły jednak znaczących przeobrażeń w piśmie, bo, jak przyznawała redakcja, „chcemy, żeby dla naszych Czytelniczek TS pozostał tym, czym był zawsze: doradcą i przyjacielem”³³. Miesięcznik zachował dotychczasową linię programową i ogólną strukturę każdego numeru, do której przywykli czytelnicy. Koncepcja magazynu pozostała niezmienna, podobnie jak zespół współpracowników, który tylko w niewielkim stopniu się zmienił (z K. Kaszubą odszedł na przykład Michał Piekarski, dotąd dyrektor artystyczny TS). Równocześnie jednak nowa redaktor naczelna podkreślała:

chcę utrzymać dotychczasowy charakter pisma i jednocześnie myśleć o jego odświeżeniu. Nowy duch pojawi się w sposób naturalny. Jestem z innego pokolenia niż moja poprzedniczka. Wniosę swój temperament. Poza tym zmiany wymusza duch czasów. Piszemy o sprawach aktualnie interesujących kobiety³⁴.

Tytuł otrzymał kilkumilionowy budżet promocyjny, który wykorzystano m.in. na kampanię reklamową, zainicjowaną już w maju 2002 r. Coraz częstszym elementem towarzyszącym kolejnym wydaniom był „prezent”,

przedsiębiorstwa przypadł na lata powojenne. Na polskim rynku prasowym koncern pojawił się w 1991 r., debiutując magazynem młodzieżowym „Bravo”. Więcej, zob. np. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Niemieckie koncerny prasowe w Polsce w latach 1989–2008*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2009, s. 44–49, .

³² K. Lubelska, *Madame...*, s.78–[79].

³³ A. Achmatowicz-Schwendimann, *Od redakcji*, „Twój Styl” 2002, nr 6, s. 12.

³⁴ K. Prewęcka, *Wierny „Twój Styl”*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 12, s. 20.

dołączany do pisma, w postaci na przykład kosmetyczki bądź torby. Dzięki m.in. tym staraniom „Twój Styl”, utrzymując średnią sprzedaż 295 tys. egz. i objętość ok. 227 stron, nadal zajmował pozycję lidera w grupie luksusowych pism adresowanych do kobiet³⁵.

Jacek Szmidt, szef działu reportażu, wspominał:

Krystyny Kaszuby już w „Twoim Stylu” nie ma, a zespół i tak od kilku godzin myśli nad tytułem do jednego tekstu. Ona nas przekonała, że warto poświęcić pół dnia na znalezienie dobrego tytułu albo trzy razy poprawiać tekst³⁶.

To, na co dotychczas wielu dziennikarzy narzekało³⁷, wyznaczyło dalszą drogę rozwoju „Twojego Stylu”.

Tymczasem nowy wydawca poszerzał swoją ofertę pism luksusowych o kolejne tytuły, opierając się na sprawdzonej marce „Twojego Stylu”. Na rynku pojawił się „Twój Styl Trendy” (magazyn dotyczący aktualnych kierunków w modzie i stylu życia) oraz „Twój Styl Look” (pismo o zdrowiu i urodzie, które zastąpiło dotychczasowy tytuł „Votre Beauté”, ponieważ Spółka „Media Styl” nie posiadała zezwolenia na jego wydawanie z powodu braku odpowiedniego porozumienia z francuskim właścicielem praw do tytułu)³⁸. Na początku 2003 r. redakcja zmieniła adres swojej siedziby, przenosząc się do budynku przy al. Stanów Zjednoczonych 61. Był to jednocześnie adres nowego właściciela. W stopce redakcyjnej jako wydawca pojawił się H. Bauer. W tym czasie objętość kolejnych numerów pisma wynosiła ok. 200 stron.

Kolejna zmiana na stanowisku redaktora naczelnego pisma nastąpiła od numeru 4 (2005). Annę Achmatowicz-Schwendimann zastąpiła Jolanta Pieńkowska, która dotąd pełniła funkcję dyrektora wydawniczego tytułu. Zwiastowało to kolejne, tym razem bardziej zdecydowane modyfikacje zarówno w szacie pisma, jak i jego zawartości merytorycznej. Kwietniowy numer „Twojego Stylu” ze zdjęciem Otylii Jędrzejczak na okładce i świeżą, wiosenną grafiką zapowiadał zmiany, których celem było pozyskanie młodszych czytelniczek.

Numer jubileuszowy, z okazji 15-lecia istnienia pisma na rynku, pojawił się w grudniu 2005 r. Miał objętość 304 stron, z czego część obejmowała specjalny, urodzinowy dodatek *Stylowe lata*. Na łamach magazynu pojawił

³⁵ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Niemieckie koncerty...*, s. 91.

³⁶ <http://www.wirtualnemedial.pl>, A. Błaszczuk, *U Bauera, ale w swoim stylu: „Twój Styl” ma nowego właściciela*, luty 2009.

³⁷ Przedmiotem narzekań były rzędy K. Kaszuby jako redaktor naczelnego pisma. O stylu jej pracy krążyły w środowisku dziennikarskim legendy, kilku z jej początkowych współpracowników odeszło z redakcji, nie wytrzymując ostrego tempa i wymagań, które narzucała swojemu zespołowi. Zob. np. K. Lubelska, *Madame...*, s. 78–80.

³⁸ <http://www.wirtualne.media.pl/index.twój.styl>, luty 2009.

się wywiad z K. Kaszubą, zaprezentowano także sylwetki kilku wybranych czytelniczek, które pod wpływem publikacji, zamieszczonych w piśmie, zdecydowały się zmienić swoje życie. Pojawiła się również zabawna w założeniu *Kronika wypadków stylowych*, czyli przykłady niezbyt udanych zdjęć lub innych potknięć, będących udziałem dziennikarzy TS³⁹ i tego, jak z nich wybrnęli. W ciągu 15-letniej historii zmieniała się przede wszystkim forma graficzna „Twojego Stylu” i jego objętość, ale, jak stwierdziła J. Pieńkowska: „Jedno pozostało niezmiennie: byliśmy, jesteśmy i mam nadzieję, że będziemy numerem jeden na polskim rynku wśród kobiecych magazynów”⁴⁰.

3.3.2. Zawartość, akcje, czytelnicy

Charakter pisma, szczególnie zaś jasno określony odbiorca, determinowały zawartość periodyku. Poza cechami, specyficznymi dla prasy kobiecej, podejmowano w nim także problematykę, która zainteresować mogła współczesną „kobietę sukcesu”, aktywną, przedsiębiorczą, niezależną finansowo. „Twój Styl”, jako pismo ekskluzywne, miał stać się rodzajem „poradnika z wyższej półki” dla „>kobiet nowej generacji<, >kobiet epoki Balcero-wicza<, >kobiet naszych czasów<, odpowiedzialnych za siebie, troszczących się o swoje miejsce i pozycję w społeczeństwie”⁴¹. Zagadnienia, podejmowane na łamach pisma, dają się ująć w trzy podstawowe grupy:

- 1) praca, rodzina, inne wartości, które są ważne dla czytelniczek;
- 2) zdrowie, uroda i moda;
- 3) poradnictwo i rozrywka.

Tak określonym celom odpowiadała struktura magazynu. Interesującym spostrzeżeniem jest fakt, że od pierwszego wydania w 1990 r. do ostatniego badanego w roku 2005 nazwy działów (choć nie każdy z nich występował zawsze w tym samym miejscu w obrębie danego numeru) ulegały bardzo niewielkiej zmianie, a większość z nich pojawiała się przez cały badany okres. Należały do nich m.in.: *Aktualności*, *Felieton*, *Kultura*, *Moda*, *Portrety*, *Relaks*, *Reportaż*, *Sekrety młodości i urody*, *Sztuka życia*, *Zdrowie*. Niesystematycznie pojawiały się działy *Dossier*, *Psychologia i seks*, *Stres*.

³⁹ Jak na przykład jedna z nich, kiedy podczas ważnej sesji mody czekano na fotografa. Później okazało się, że wsiadł on do pociągu, by przejechać tylko jedną stację. Wybrał jednak nieopatrznie InterCity do Krakowa. Zaplanowaną sesję trzeba było wówczas przełożyć o dwa dni.

⁴⁰ J. Pieńkowska, *Od redakcji*, „Twój Styl” 2005, nr 12, s. [10].

⁴¹ Cyt. za: Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 336.

W sposób najwyraźniejszy idee „Twojego Stylu” realizowały dwa z wymienionych działów, kształtując równocześnie określony wizerunek kobiety, propagowany przez periodyk.

I tak, w ramach przyjętego w obrębie *Portretów* cyklu (*Jej/Jego Styl*) prezentowano sylwetki znanych osób (zazwyczaj kobiet, rzadziej mężczyzn), które osiągnęły sukces w życiu. Wśród bohaterów owych tekstów znaleźli się m.in. Nina Andrycz, Hanna Bakuła, Joanna Chmielewska, Alain Delon, Jerzy Duda-Gracz, Anna Dymna, Janusz Gajos, Julia Hartwig, Joanna Pacuła, Grażyna Szapołowska, Beata Tyszkiewicz⁴², Maciej Zembaty. Niekiedy opisywano losy „zwykłych” kobiet, które dokonały (dzięki swej przedsiębiorczości, determinacji bądź silnej osobowości) czegoś wyjątkowego, o czym należało napisać. Taką postacią była choćby Zofia Zaleszczyk, bohaterka publikacji wydrukowanej w pierwszym numerze pisma.

Drugim działem, który wzmacniał ideologiczną wymowę pisma, była *Sztuka życia*. Przez kilka lat drukowano w tym miejscu teksty pióra Edwar-da Pietkiewicza: *Bon ton*, w którym autor wprowadzał czytelników w tajniki *savoir-vivre*’u. Kolejnym cyklem była obecna od początku istnienia magazynu *Alicja w krainie pieniędzy* (wcześniej *Alicja w krainie banków*) Andrzeja S. Nartowskiego. Udzielał on rad w zakresie finansów i mądrego nimi gospodarowania, prezentował wybrane placówki, tłumaczył zawłości związane m.in. z kredytami bankowymi. W obrębie działu pojawiały się również innego rodzaju porady, na przykład jak przyjemnie spędzić weekend, jak przygotować udane przyjęcie czy „Co zmienić w domu, by być w zgodzie z tendencjami we wnętrzarstwie”⁴³.

Warto również wspomnieć o *Sekretach urody*, dziale typowo poradniczym, w którym promowano zdrowy tryb życia, a jednocześnie prezentowano najnowsze kosmetyki, skuteczne diety oraz ćwiczenia. Tego typu wskazówki doskonale wpisywały się w ogólny program magazynu, propagującego wzór kobiety zadbanej, zdrowej i zorientowanej w „bestsellerach z perfumerii”⁴⁴.

Dużo miejsca w periodyku zajmowała *Moda*, rozumiana tu jako rodzaj sztuki i biznesu, reprezentowana przez znanych projektantów i ich modelki. W tym miejscu drukowano, obok fotoreportaży, również sprawozdania z największych pokazów mody. W pierwszych numerach miesięcznika nierzadko pojawiały się przedruki z czasopism zagranicznych, na przykład „Brigitte”, „Marie-France” czy „Vogue”. Przez kilka lat do niemal każdego wydania dołączano wykroje sukni wieczorowych, spódnic lub bluzek.

⁴² Jej portret ukazał się w pierwszym numerze pisma.

⁴³ K. Rzehak, *Wojna luksusu z plastikiem*, „Twój Styl” 2002, nr 1, s. 168–173.

⁴⁴ To tytuł jednej z rubryk.

W badanym okresie pojawiała się też rubryka *Modne adresy*, gdzie podawano nazwy sklepów, w których styliści pisma wybierali ubrania do sesji zdjęciowych.

Na łamach magazynu systematycznie poruszano kwestie związane z kulturą. Ze względu na temat pracy, odpowiadający im dział zostanie przedstawiony w dalszej części rozdziału.

Już na początku lat 90. XX w. na łamach pisma zaczęły pojawiać się reklamy. W miarę upływu czasu było ich coraz więcej, tak, że w niektórych numerach czytelnik musiał przebrnąć przez 20 i więcej stron, oddzielających poszczególne działy, a wypełnionych w całości kolorowymi ogłoszeniami. Redakcja niejednokrotnie tłumaczyła się z ich, często irytującej odbiorcę, wzrastającej liczby. Zazwyczaj argumentem obronnym było stwierdzenie, że dzięki temu stosunkowo rzadko podnoszona była cena periodyku. Wskazywano także na informacyjny charakter reklam, odwoływano się również do realiów wolnorynkowych, które narzucały konieczność udostępniania łamów pisma na potrzeby reklamodawców.

W jednym z pierwszych numerów, nawiązując do listów czytelników, dotyczących tej kwestii, a jednocześnie odwołując się do wielokrotnie zgłaszanych przez odbiorców sugestii, redakcja informowała o utworzeniu Centrum Badań Rynku-Fundacji „Twojego Stylu”. Jej celem miało być badanie jakości towarów. Pisano:

Chcemy wiedzieć sami – i doradzać Państwu – co warto, a czego nie warto kupować. [...] Fundacja [...] korzystając z usług i pomocy renomowanych laboratoriów i fachowców bada już różne produkty. Wyniki tych badań będziemy publikować w „Twoim Stylu”⁴⁵.

Także z myślą o klientach, wydawca otworzył w 1991 r. pierwszy z sieci butików, oferując w sprzedaży wysyłkowej modne rzeczy, których zdjęcia publikowano wcześniej na łamach pisma.

Dbłość o czytelnika przejawiała się również we wspomnianych systematycznie drukowanych ankietach. W niemal każdym numerze zwracano się do odbiorców z pytaniem *Jak nas oceniacie?* i prośbą o szczere zdanie na temat aktualnego wydania. Elementem, który miał ostatecznie przekonać odbiorców, by poświęcili na to czas, były nagrody (na przykład torebki lub kosmetyki). Przypominano także, że redakcja czeka na bardziej osobiste opinie, wyrażane w formie listów. Najciekawsze z nich były następnie drukowane, a ich autorzy nagradzani. Systematycznie organizowano rodzaj konkursu na najciekawszą, zdaniem czytelników, okładkę minionego roku. Regularnie korzystano z usług profesjonalnych instytucji (jak na przykład Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego) w celu poznania nie tylko pozycji rynkowej pisma, ale i samych odbiorców oraz ich oczekiwań wobec periodyku. Skrupulatnie odnotowywano również po-

⁴⁵ Zespół magazynu „Twój Styl”, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1993, nr 4, s. 8.

wstawanie kolejnych klubów sympatyków pisma. Pierwsze z nich organizowano już w 1991 r., a przez kilka następnych lat tego rodzaju stowarzyszenia działały już w kilku miastach, m.in. w Krakowie, Łodzi i Radomiu.

Prezentowany tytuł najczęściej kojarzony był jednak z kilkoma innymi przedsięwzięciami.

Najbardziej znaną inicjatywą była społeczna kampania *Zdążyć przed rakiem. Październik miesiącem szansy*. Po raz pierwszy informacja na ten temat pojawiła się na łamach „Twojego Stylu” w październiku 1995 r. i odtąd co roku Stowarzyszenie Różowej Wstążki, powołane przez pismo, organizowało *Marsz Różowej Wstążki*⁴⁶. Redakcja przypominała kobietom o konieczności badań profilaktycznych. Zamieszczano wywiady z lekarzami i znanymi osobami, które popierały to przedsięwzięcie oraz prezentowano sylwetki kobiet, które miały za sobą wygraną walkę z chorobą. Tłumaczono, jak samodzielnie przeprowadzić badanie, wyjaśniano specjalistyczne terminy medyczne⁴⁷, współfinansowano badania genetyczne, dołączano do październikowych wydań kupony na bezpłatne prześwietlenia. K. Kaszuba pisała: „staramy się upublicznić problem, który wciąż wiele kobiet uważa za wstydliwy, a co gorsze, woli żyć w nieświadomości, nie zdając sobie sprawy, że skazuje się na śmierć, mając przecież ogromne szanse na wyleczenie”⁴⁸. Redakcja „Twojego Stylu” była też współorganizatorem terapeutycznych warsztatów zdrowia dla kobiet ze zdiagnozowaną już chorobą.

Zainteresowanie na łamach magazynu zdrowiem kobiet znalazło swe odzwierciedlenie również w konkursie *Lekarz przyjacielem kobiety*, organizowanym od 1996 r. Zaproponowano, by czytelniczki przysyłały do redakcji nazwiska swoich kandydatów do tego tytułu, wpisywano ich na honorową Listę Przyjaciół Kobiet, a następnie nagradzano⁴⁹.

Jedną z najstarszych inicjatyw pisma z kobietą w roli głównej był także plebiscyt organizowany od 1991 r., w którym nagrodą był *Złoty Wawrzyn*. Wręczano go Kobiecie Roku, wybranej spośród zgłoszonych przez czytelników kandydatek, które „wyróżniły się czymś szczególnym, zaimponowały swą postawą, działaniem, konsekwencją, mądrością, urodą, elegancją, wyjątkowością, zadziwiającym nas czynem”⁵⁰. Poza nadsyłanymi propozycjami, redakcja prezentowała kandydatki zgłoszone zarówno przez laureatki z lat ubiegłych, jak i przez inne osoby publiczne, cieszące się autorytetem.

⁴⁶ Pierwszy taki *Marsz* odbył się 23 czerwca 1996 r. Relacja, zob. [br. aut.], *Pierwszy w Polsce Marsz Różowej Wstążki*, „Twój Styl” 1996, nr 9, s. 26–27.

⁴⁷ C. Szczylik, *Szkoła badania piersi*, „Twój Styl” 1996, nr 10, s. 168–169; [br. aut.], *Słowniczek terminów medycznych*, *ibidem*, s. 169.

⁴⁸ K. Kaszuba, *Od redakcji*, „Twój Styl” 1996, nr 9, s. 8.

⁴⁹ Zob. *Lekarz Przyjacielem Kobiety. Konkurs*, „Twój Styl” 1996, nr 10, s. 169.

⁵⁰ [br. aut.], *Kobieta Roku 1992*, „Twój Styl” 1992, nr 12, s. 22.

Wśród uczestników plebiscytu rozlosowywano nagrody. Od 1991 r. tytuł ten zdobyły kolejno: Ewa Łętowska, Hanna Suchocka, Zofia Kuratowska, Janina Ochojska, Hanna Tosińska-Okrój, siostra Małgorzata Chmielewska, Jolanta Kwaśniewska, Hanna Gronkiewicz-Waltz, Monika Olejnik, Magdalena Abakanowicz, Katarzyna Maćkowska, Zyta Gilowska, Danuta Hübner, Otylia Jędrzejczak i Andżelika Borys.

Interesującym pomysłem, który także stał się znakiem rozpoznawczym pisma, był kolejny konkurs, tym razem związany z modą. *Doskonałość Roku*, czyli wyróżnienie wybranych przez specjalne jury kosmetyków, wręczano od 1995 r., natomiast *Doskonałość Mody (Złote Guziki)* dla najlepszej kolekcji ubrań, przyznawano od 1999 r. Zgodnie z regulaminem, zgłoszenia przysyłały adekwatne firmy i projektanci. Poza dyplomem, charakterystyczną statuetką oraz tytułem zwycięzcy uzyskiwali oni prawo do używania znaku towarowego *Doskonałość Roku Twój Styl*⁵¹.

Redakcja periodyku organizowała również inne, mniej znane akcje i konkursy, jak choćby przyznawane od 1993 r. nagrody (*Alicje* Andrzeja S. Nartowskiego) dla instytucji finansowych, głównie banków, za szczególnie przyjazny stosunek wobec klientów oraz najkorzystniejsze oferty dla budżetów gospodarstw domowych.

Ostatnią z inicjatyw, o której warto wspomnieć, a która wpisywała się, podobnie jak poprzednie, w formułę pisma, była zainicjowana w 2004 r. akcja *Firma w Twoim Stylu*. A. Achmatowicz-Schwendimann wyjaśniała w ten sposób reguły projektu:

Szukamy miejsc pracy, gdzie równouprawnienie zadekretowane w ustawach wraz z naszym wejściem do Unii Europejskiej już się dokonało. Wierzę, że znajdziemy najlepsze przykłady, za którymi pójdą inni [...]. Za rok chcemy przyznać pierwsze tytuły Firmom w Twoim Stylu. [...] A jeśli Twoja firma już dziś zasługuje na wyróżnienie, napisz nam o niej [...]. Piszcie szczerze o tym, co Was boli, obiecuję, że niesolidnych pracodawców weźmiemy na spytki⁵².

Od tej pory na łamach pisma drukowano przysłane przez czytelników historie, które nierzadko przybierały postać opowiadań.

Tego typu akcje, o amatorskim charakterze paraliterackim, były kilkakrotnie podejmowane przez periodyk. Ze względu na tematykę pracy, zostaną omówione w dalszej części rozdziału.

Jak już wspomniano, „Twój Styl” był pionierem na polskim rynku ekskluzywnej prasy kobiecej, wzorowanym na magazynach zachodnich. Po-

⁵¹ Regulamin obydwu konkursów, zob. np. „Twój Styl” 2001, nr 4, s. [234]–[235]. Rozwiązanie konkursu *Złote Guziki*, zob. *ibidem*, nr 10, s. [101], rozwiązanie konkursu *Doskonałość Roku*, zob. np. *Doskonałość Roku* '97. 12 najlepszych kosmetyków 1997 roku, dodatek bezpłatny, 1998, nr 1.

⁵² A. Achmatowicz-Schwendimann, *Od redakcji*, „Twój Styl” 2004, nr 11, s. 12.

czątkowo, pomimo wydawanych tytułów zaliczanych do tego samego segmentu na rynku (jak na przykład „Zwierciadło”), nie miał konkurencji. Także wtedy, kiedy pojawiły się nowe tytuły o zbliżonej formule, nierzadko wydawane na licencji, a omawiany periodyk musiał zmierzyć się z ich doświadczeniem, sprostać rosnącym wymaganiom czytelników – nadal utrzymywał pozycję lidera.

Od początku adresowany był do jasno określonego odbiorcy: przede wszystkim tworzono go dla kobiet, w wieku 20–50 lat, ambitnych, niezależnych w poglądach i działaniu, stawiających na osobisty rozwój, wykształconych, aktywnych zawodowo i niezależnych finansowo, mieszkanek dużych i średnich miast. W miarę upływu czasu wśród odbiorców przybywało również mężczyzn, o czym redakcja niejednokrotnie wspominała. Był to jeszcze jeden powód do dumy, podobnie jak fakt utrzymania się przez wiele lat na pierwszym miejscu w grupie luksusowych periodyków dla pań. Redakcja wielokrotnie podkreślała obydwa fakty, jak również skrupulatnie odnotowywała każdą nagrodę lub wyróżnienie zarówno dla wydawcy, jak i tytułu, dziennikarzy czy współpracowników pisma.

Kilkakrotnie nagradzana była jego twórczyni, K. Kaszuba. Na przykład w 1997 r. otrzymała Nagrodę Roku za Działalność Humanitarną od fundacji Człowiek-Człowiekowi. Organizacja dostrzegła starania redaktor naczelnej w propagowaniu wiedzy na temat raka piersi wśród kobiet. W 2001 r. otrzymała ona Krzyż Kawalerski Orderu Odrodzenia Polski.

Największą nagrodą dla pisma, co wielokrotnie podkreślano, było uznanie czytelników, a miarą sukcesu – liczba sprzedanych egzemplarzy. Znajdowało ono wyraz m.in. w licznie drukowanych na łamach magazynu listach, a także hasłach, które wpłynęły do redakcji w odpowiedzi na konkurs związany z promocją tytułu. To również dzięki wiernym czytelnikom „>Twój Styl< do dziś jest ewenementem w świecie wydawców”⁵³.

3.3.3. *Róża jest różą jest różą jest...*⁵⁴: książka na łamach pisma

Problematyka książki na łamach omawianego periodyku była już w przeszłości przedmiotem publikacji. Na ten temat pisała Katarzyna Wodniak⁵⁵, jednak zasięg chronologiczny jej pracy obejmował lata 1990–1999, a zatem poniższe rozważania można w pewnym stopniu traktować jako rodzaj kontynuacji analizy pisma w interesującym nas kontekście.

W latach 2001–2005 sprawy związane z kulturą, w tym upowszechnianiem czytelnictwa, jakkolwiek miały stałe miejsce w magazynie, to jednak

⁵³ J. Pieńkowska, *Po stronie kobiet...*, s. 90.

⁵⁴ Tytuł portretu G. Stein, zob. „Twój Styl” 2002, nr 5, s. 140, 142, 144, 146.

⁵⁵ K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca...*

nie należały do priorytetowych. Uwaga ta odnosi się szczególnie do zagadnień dotyczących książki, które zajmowały stosunkowo niedużo miejsca na łamach magazynu, a prezentowane formy nie były zbyt zróżnicowane. Dominowały recenzje, omówienia, a także, co warto już w tym miejscu zaznaczyć, felietony osób bezpośrednio związanych z literaturą.

Informacje kulturalne drukowano w środkowej części pisma, po dziale związanym z modą⁵⁶. Zajmowały one średnio 12 stron. W ramach najpierw *Karnetu kulturalnego*⁵⁷, później *Wydarzeń kulturalnych*⁵⁸, a następnie *Kultury*⁵⁹ pojawiały się następujące stałe rubryki: *Wydarzenie*, *Muzyka*, *Teatr* (→ *Karnet Teatralny*), *W kadrze*, *Galeria*, *Lektury*. Sporadycznie występowały: *Opera*, *Wystawy*, *Wywiad na wyłączność*, zaś cyklicznie: *O nich jeszcze będzie głośno*, *Wielcy malarze*, *Wielkie festiwale*. Dopiero w 2001 r. pojawiło się w stopce redakcyjnej nazwisko osoby, odpowiedzialnej za dział spraw kulturalnych. Była nią Aleksandra Szarłat. W numerze 9 (2005) połączono dział kulturalny z działem spraw zagranicznych. Odpowiedzialni zań byli Agnieszka Jastrzębska i Łukasz Modelski. W numerze 10 (2005) na miejscu Łukasza Modelskiego pojawiła się Magda Jaros jako redaktor kultury, natomiast Agnieszka Jastrzębska nadal sprawowała funkcję redaktor odpowiedzialnej.

Informacje dotyczące książki przyjmowały, jak już powyżej podkreślono, głównie postać recenzji, omówień i adnotacji, niemniej jednak pojawiło się również kilka innych kategorii, które treścią nawiązywały do literatury i osób z nią związanych. W tabeli 45 przedstawiono odnoszące się do nich dane statystyczne.

W sumie w analizowanych latach na łamach „Twojego Stylu” pojawiło się 900 informacji, bezpośrednio bądź pośrednio związanych z literaturą i książką. Widać zatem znaczącą różnicę liczbową w porównaniu z omawianymi wcześniej pismami opinii i to w odniesieniu do każdej z wymienionych kategorii. Jest to także mniej informacji, niż było ich na łamach prezentowanego wcześniej miesięcznika „Zwierciadło”. Największą liczbowo grupę stanowią recenzje, omówienia i adnotacje, a zaledwie dwukrotnie pojawiły się w piśmie listy bestsellerów, które zresztą miały specyficzny charakter⁶⁰. Zwraca uwagę niewielka liczba ogłoszeń wydawniczych, przy czym większość z nich stanowiła ofertę Wydawnictwa Książkowego „Twój Styl”.

⁵⁶ Należy jednak zaznaczyć, że w spisie treści dział kulturalny pojawiał się zazwyczaj po innych działach, np. po dziale *Sztuka życia*.

⁵⁷ Taka nazwa działu kulturalnego funkcjonowała do numeru 10 (2004) włącznie.

⁵⁸ Ten wspólny dla tekstów związanych z kulturą tytuł pojawił się zaledwie dwukrotnie: w numerach 11 i 12 (2004), chociaż w spisie treści nadal widniała poprzednia nazwa.

⁵⁹ Nazwa działu, stosowana od numeru 5 (2005), istniała do końca omawianego okresu.

⁶⁰ Zostaną one omówione w dalszej części pracy.

Tabela 45. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje, omówienia, adnotacje	262
Wywiady	73
Reklamy książek	77
Sylwetki/portrety	35
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego	22
Ekranizacje i inscenizacje znanych dzieł	45
Konkursy i akcje	65
Listy bestsellerów	2
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	7
Inne ^a	312
Ogółem	900

^a W tej kategorii, w dużej mierze podobnie, jak było to w odniesieniu do miesięcznika „Zwierciadło”, uwzględniono felietony pisarzy, fragmenty książek, krótkie wzmianki, dotyczące bezpośrednio lub pośrednio książek i autorów, notki polecające lekturę książki nawiązującej do zamieszczonej obok publikacji itd.

Źródło: badania własne.

Niemal wszystkie informacje (poza felietonami, tu zaliczonymi do kategorii „inne” oraz reklamami, które zazwyczaj drukowano w różnych miejscach pisma) znalazły się w dziale dotyczącym kwestii kulturalnych. Kilkakrotnie zmieniał on swój wygląd, chociaż modyfikacje dotyczyły przede wszystkim szaty graficznej.

3.3.3.1. *Eliksir pisania*⁶¹: miejsce recenzji w układzie pisma

W latach 2001–2005 na łamach pisma ukazały się 262 recenzje, omówienia i adnotacje książek⁶², a zatem niemal o połowę mniej niż na łamach wcześniej omawianego miesięcznika. W tabeli 46 zaprezentowano ich liczbę w poszczególnych latach.

⁶¹ Tytuł jednej z recenzji, zob. „Twój Styl” 2002, nr 8, s. 122–[123].

⁶² W liczbie tej znajdują się wyłącznie recenzje odredakcyjne.

Tabela 46. Recenzje, omówienia i adnotacje zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji, omówień i adnotacji
2001	35
2002	30
2003	61
2004	85
2005	51
Ogółem	262

Źródło: badania własne.

Jak wynika z tabeli 46, liczba recenzji, omówień i adnotacji była bardzo nierówna, trudno zatem mówić o jakiegokolwiek stałej tendencji. Zdarzały się numery, w których brakowało omówień książek, i takie, w których było ich więcej niż zazwyczaj. Wszystkie znalazły się w ramach działu kulturalnego, większość z nich na stronie (drukowanej w ostatniej części działu) zatytułowanej *Lektury*.

Podobnie jak było to w przypadku „Zwierciadła”, tak i tu wybrane książki omawiała jedna osoba. W analizowanym okresie kilkakrotnie następowały zmiany recenzenta, co zazwyczaj pociągało za sobą również korekty w wyglądzie interesującej nas rubryki. Jednak od początku zachowano pewien stały element, a był nim wspólny dla wszystkich omawianych książek tytuł główny, który wskazywał na temat przewodni prezentowanych lektur. Jednocześnie recenzja każdej lub kilku z nich otrzymywała dodatkowo swój własny tytuł. Na omówienia książek przez pięć lat poświęcano jedną stronę magazynu.

W pierwszym z omawianych roczników widać poszukiwania odpowiedniej formuły wspomnianej strony. W numerze 1 i 12 brak było typowych recenzji odredakcyjnych, w 2 i 3 pojawiły się one pod wspólnym tytułem: *Książki zmieniają świat*. Podobną formę zachowała ona w numerze 4 (2001), chociaż zamieszczone tu recenzje nosiły tytuł *Książka na wieczór*. W numerze 2 i 3 proponowano czytelnikom cztery tytuły, w numerze 4 – pięć. Obok kopii okładki prezentowanej książki widniała kilkunastozdaniowa adnotacja treściowa, pod nią zaś dane bibliograficzne. W kolejnym wydaniu (nr 5/2001) znalazły się cztery recenzje, podpisane przez T. Jastruna. W następnych numerach (6, 8, 9, 10/2001 oraz 1, 3/2002) pojawiła się *Półka Tomasza Jastruna*, w ramach której poeta prezentował wybrane przez siebie książki. W numerze 2/2002 zabrakło tego określenia, chociaż recenzent pozostawał ten sam.

I dopiero od numeru 4 w roku następnym (2002) zdecydowano się na jedną, określoną formułę tej części działu oraz innego recenzenta. Odtąd, przez osiem numerów⁶³ recenzje i omówienia wybranych tytułów druko-

⁶³ Z wyjątkiem numeru 6 (2002), w którym zabrakło omawianej rubryki.

wano na stronie zatytułowanej *Izabela Filipiak o książkach*. Stronę otwierało zdjęcie recenzentki wraz z krótką wzmianką biograficzną na jej temat. Pod wspólnym dla przedstawianych lektur tytułem i krótkim wprowadzeniem do tematyki prezentowanych książek pojawiały się trzy recenzje⁶⁴, z których pierwsza zazwyczaj była dłuższa i dodatkowo wyróżniona pogrubioną czcionką. Omówienia miały przeważnie charakter dłuższych adnotacji treściowych, niekiedy z określeniem odbiorcy lub krótką informacją na temat autora. Obok recenzji drukowano kopię okładki danej książki, a pod adnotacją niemal pełne dane bibliograficzne, z podaniem nazwy wydawcy, roku wydania oraz nazwiska tłumacza w przypadku książki obcej. Nieznacznie zmieniała się konfiguracja recenzji na stronie, za każdym jednak razem widoczne było staranne przygotowanie rubryki i jej przejrzystość.

Od numeru 1 (2003) Izabelę Filipiak zastąpiła Anna Piwkowska. W niewielkim stopniu zmieniła się wówczas forma graficzna tej części działu i jej nazwa (→ *Lektury*). Nadal znaleźć można było w tym miejscu trzy recenzje i te same elementy, które towarzyszyły poprzedniej formule. Różnice pomiędzy nimi były nieznaczne; obydwie prezentowały się zazwyczaj w następujący sposób (zdjęcie 108 i 109).



Zdjęcie 108. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2002, nr 8, s. 125

⁶⁴ Wyjątkiem był numer 11 (2002), w którym znalazły się dwa typowe omówienia wybranych książek i obok wywiad z M. Kielar, nawiązujący do wydanego w tym czasie tomiku jej wierszy, którego kopia okładki wraz z odpowiednimi danymi bibliograficznymi znalazła się pod zamieszczonym wywiadem.



Zdjęcie 109. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2003, nr 6, s. 130

Od numeru 7 (2003) zwiększono liczbę omówień do dziewięciu, grafika działu uległa zmianie: recenzje wypoziomowano, podzielono je na trzy grupy (każda otrzymała własny tytuł), zawierające po trzy propozycje. Jednocześnie recenzja jednego tytułu zmniejszyła się do kilku (niekiedy trzech-czterech) zdań, co powodowało, że stawała się ona głównie adnotacją treściową. Taka formuła utrzymała się ponad rok, w niektórych wydaniach zmieniano tylko kolor czcionki we wspólnym dla wszystkich recenzji i omówień tytule.

W numerze 5 (2004) zmniejszono liczbę prezentowanych tytułów do sześciu, powracając w pewnym stopniu do wcześniejszej formy graficznej. W kolejnych numerach wprowadzano kosmetyczne zmiany, w postaci innego kroju i koloru czcionki w nazwie rubryki, nazwisku recenzentki oraz wspólnym tytule (nr 6 i 8/2004). Na zdjęciach 110–111 znajdują się wybrane przykłady, odzwierciedlające owe zmiany⁶⁵.

⁶⁵ Pominięto w przytoczonych zdjęciach zmianę w numerze 6/2004 jako już nazbyt szczegółową.



Zdjęcie 110. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2003, nr 9, s. 122



Zdjęcie 111. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2004, nr 5, s. 158

Wydaje się jednak, że poprzedni pomysł na wygląd strony poświęconej recenzjom książek był dla czytelnika korzystniejszy. W nowej wersji nachodzące na siebie kopie okładek zakłócały percepcję; można powiedzieć, że stały się elementem bardziej (w porównaniu z poprzednim wariantem), dominującym na stronie, przez co stała się ona mniej czytelna. Jednak najwyraźniej spodobała się redakcji, ponieważ w tej postaci utrzymała się przez następne 11 wydań. Kolejna zmiana nastąpiła w 2005 r. w numerze 4. Powrócono do wcześniejszego zwyczaju omawiania tylko trzech wybranych książek, zwiększono objętość adnotacji treściowych i układ strony. Dodano kolor, pozostając przy tej samej nazwie rubryki, zmieniono w niej krój i kolor czcionki, zaś nazwisko recenzentki zaczęto umieszczać u dołu strony. W kolejnym numerze zabrakło tradycyjnych recenzji; pojawiły się one ponownie w wydaniu następnym (6/2005). Przyniósł on ze sobą zmianę recenzenta. Został nim Leszek Bugajski, ale zanim czytelnicy zdążyli się do niego przyzwyczaić, zastąpił go Łukasz Modelski (od numeru 8/2005⁶⁶). Wtedy też nastąpiła kolejna zmiana w wyglądzie tej części działu. Pięć proponowanych tytułów, wyraźnie od siebie oddzielonych, to postać *Lektur*, jaka zachowała się do końca omawianego okresu. Zdjęcia 112–114 ilustrują te zmiany.



Zdjęcie 112. Przykładowa strona recenziyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2005, nr 4, s. 163



Zdjęcie 113. Przykładowa strona recenziyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2005, nr 6, s. 138

⁶⁶Wydanie lipcowe „Twojego Stylu” ponownie trafiło do czytelnika bez odredakcyjnych recenzji.



Zdjęcie nr 114. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl”, 2005, nr 8, s. 99

Najbardziej znaczącą zmianą w odniesieniu do strony, poświęconej recenzjom, w ciągu pięciu analizowanych lat była zmieniająca się liczba prezentowanych w ten sposób książek: od dwóch do dziewięciu tytułów.

W każdym jednak przypadku strona ta była starannie opracowana, większość z omówień wyraźnie wyeksponowana, zaś zamieszczane barwne kopie okładek dzięki temu, że łatwo zapadały w pamięć, ułatwiały ewentualne poszukiwania danej książki w księgarni.

3.3.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady

Ogółem zrecenzowano książki 226 autorów⁶⁷, w tym 163 pisarzy obcych i zaledwie 63 twórców polskich (Aneks 37. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005).

Trzykrotnie sięgnięto po książki felietonistów pisma: dwa razy przedstawione zostały książki Agaty Passent i raz Krystyny Kofty.

Inaczej, niż było to w przypadku wcześniej omówionego „Zwierciadła”, tu, ze względu na adresata pisma, preferowano książki pisarzy-kobiet.

⁶⁷ Brak zgodności liczby autorów z liczbą recenzji wynika także z faktu, że kilkakrotnie sięgnięto po więcej niż jedną książkę tego samego autora.

Okazało się, że recenzji poddano książki 147 autorek i 80 autorów⁶⁸. Co ciekawe, jednak mimo to najczęściej recenzowano książki pisarzy, m.in. Paula Austere`a. Trzykrotnie natomiast zaproponowano lekturę pióra Eriki Jong.

W 17 przypadkach sięgnięto dwukrotnie po twórczość samego autora. W tej grupie znaleźli się: Isabel Allende, Grażyna Borkowska, John M. Coetzee, Michael Cunningham, Magda Dygat, Umberto Eco, Kathryn Harrison, Michel Houellebecq, Amélie Nothomb, Agata Passent, Shan Sa, Alice Sebold, José Carlos Somoza, Agata Tuszyńska, Robert James Waller, Virginia Woolf, Jerzy Żurek.

W grupie rekomendowanych w ten sposób przez redakcję książek wyraźnie przeważała beletrystyka, a w niej współczesne powieści. Wśród autorów, poza wymienionymi, pojawili się także m.in. Max Cegielski, Irina Dienieżkina, Małgorzata Domagalik, Helen Fielding, John Fowles, Janusz Głowacki, Paweł Huelle, Wojciech Kuczok, David Lodge, Tony Parsons, Jerzy Pilch, Dorota Terakowska i Olga Tokarczuk. Znamienne, iż zabrakło recenzji książek popularnej w tym czasie Katarzyny Grocholi⁶⁹, a w przypadku innych, cieszących się powodzeniem autorek (jak H. Fielding czy O. Tokarczuk) pisano o ich mniej znanych książkach (*Potęga sławy*, *Ostatnie historie*).

Praktycznie, poza nielicznymi wyjątkami (na przykład *Wiersze* Wisławy Szymborskiej czy *Umbra* Marzanny Kielar), nie omawiano poezji, a zaledwie kilkakrotnie sięgnięto po opowiadania (na przykład *Poparzone dzieci Ameryki*, antologia opowiadań Zadie Smith czy *Dama w lustrze* Virginii Woolf). Jednostkowymi przykładami były recenzje wspomnień (na przykład Sting: *Niespokojna muzyka*), biografii (na przykład A. Scott Berg, *Kate, jaką pamiętam*; wywiad z Katharine Hepburn), wydań encyklopedycznych (Władysław Kopaliński, *Leksykon wątków miłosnych*) czy wydawnictw albumowych (A. Passent, *Pałac wiecznie żywy*).

Jakkolwiek nie recenzowano książek, wyróżnionych Literacką Nagrodą Nobla, to jednak czytelnicy „Twojego Stylu” mogli poznać inne utwory noblistów (także tych z lat dawniejszych). I tak na przykład, A. Piwkowska pisała o *Wiekach żelaza* oraz *W sercu kraju* J. M. Coetzee, a także o *Skandalu stulecia i innych opowiadaniach* G. G. Márqueza.

Przyglądając się pełnej liście autorów omawianych książek i ich tytułom, trudno jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie, czy wybór lektur do recenzji podyktowany był jednym kryterium, na przykład odbiorcą pisma, w którym w większości przypadków były czytelniczki, czy też kreowanym

⁶⁸ W dwóch przypadkach książka była dziełem dwóch autorów: raz byli to M. Piątkowska i L. K. Talko, a następnie N. Kraus i E. Mc Laughin.

⁶⁹ Przeprowadzono z nią jednak wywiad, zob. H. Samson [rozm.], *Ona jest taka jak my: kobieca, wrażliwa i silna*, „Twój Styl” 2003, nr 10, s. 58.

przez „Twój Styl” wizerunkiem współczesnej kobiety, czyli takimi lekturami, w których bohaterki odpowiadałyby temu portretowi. Analizując wspólne dla kilku książek tytuły recenzji, można jednak na to pytanie przynajmniej częściowo odpowiedzieć pozytywnie. Oto kilka wybranych przykładów, które mogłyby potwierdzać taką tezę⁷⁰: *Atlantyda miłości*, *Dom twórczych kobiet*, *Jak kochają artyści*, *Kobieta podejmuje grę*, *Kopciuszkom szczęście sprzyja*, *Namiętności nieprzeciętnych i królewskie sekrety*, *Noce królowej*, *O miłości magii i tajemnicy* [pis. oryg.], *O urodzie duszy i ciała*, *kobietach i grzechach codzienności*, *Odważa mówienia o sobie*, *Opiekuńcze kobiety*, *Pasje życia*, *Romantyczne spełnienie*, *Spragnione miłości*, *Tęsknota za pięknem*, *W kręgu silnych kobiet*, *W świecie mydlanych oper*, *Warto czekać na nadzieję*, *Znane grzeszne i bezkompromisowe*. Książkom, które recenzent umieszczał pod wybranymi przez siebie takimi właśnie tytułami, przewodziło kilka wątków, które z pewnością zainteresowałyby raczej kobiety niż mężczyźn: miłość, szczególnie romantyczna, nieprzeciętna, burzliwa i mistyczna, poszukiwana przez kobiety silne, bezkompromisowe, ale jednocześnie opiekuńcze, mądre, odważne i wrażliwe, pełne życiowych pasji, tęskniące za pięknem i wierzące w nadzieję.

Niejednokrotnie zachęcano do sięgnięcia po takie właśnie książki, w których bohaterki były kobietami odważnymi, radzącymi sobie z trudnościami życia (jak na przykład *Samira i Samir* Siby Shakib czy *Jehannette* Izabeli Szolc), bądź też sama autorka była znaną z siły i waleczności kobietą (Oriana Fallaci). Jednak rzadko „aspekt kobiecości” był wyeksponowany tak jak w przypadku wstępu do recenzji w wakacyjnym numerze pisma w 2003 r., kiedy A. Piwkowska pisała: „Wakacyjna literatura dla kobiet i o kobietach porywa w świat emocji, sensacji, tajemniczych egzotycznych podróży i przygody”⁷¹.

Recenzowane książki pochodziły z oferty 61 wydawców⁷² (zob. Aneks 38. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005). W tabeli 47 zaprezentowano tych, po książki których recenzenci pisma sięgali najczęściej:

⁷⁰ Kolejno: „Twój Styl” 2003, nr 6, s. 130; 2004, nr 10, s. 147; nr 4, s. 152; 2003, nr 4, s. 142; 2002, nr 7, s. 130; 2004, nr 5, s. 158; 2002, nr 8, s. 122; 2004, nr 2, s. 132; 2001, nr 4, s. [146]; nr 9, s. 121; 2002, nr 9, s. 140; 2004, nr 3, s. 130; 2003, nr 7, s. 124; 2001, nr 8, s. 86; 2003, nr 11, s. 138; 2004, nr 8, s. 115; 2005, nr 6, s. 138; nr 4, s. 163; 2004, nr 6, s. 138.

⁷¹ A. Piwkowska, *Romantyczne spełnienia*, „Twój Styl” 2003, nr 7, s. 124.

⁷² W 10 przypadkach nie podano nazwy wydawcy; poza jednym wyjątkiem ustalono jednak na potrzeby pracy brakujące dane, korzystając z „Przewodnika Bibliograficznego”, dostępnego na: www.bn.org.pl, kwiecień 2012.

Tabela 47. Wydawcy najczęściej recenzowanych na łamach „Twojego Stylu” książek w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Dom Wydawniczy REBIS	33
Wydawnictwo W.A.B.	22 ^a
Wydawnictwo Muza S.A. Wydawnictwo Prószyński i S-ka	21
Wydawnictwo Literackie	18
Świat Książki	16
Wydawnictwo Książkowe Twój Styl Oficyna Literacka Noir sur Blanc Wydawnictwo Zysk i S-ka	12
Wydawnictwo Albatros Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	11

^a W tym raz była to książka wydana w koedycji z Wydawnictwem Cis.

Źródło: badania własne.

Jak zatem widać, dominowały oficyny o ugruntowanej na rynku pozycji, kilka z nich (jak na przykład Dom Wydawniczy REBIS czy Wydawnictwo W.A.B.) należało w owym czasie do czołówki największych edytorów w Polsce. Oferta większości tych wydawców doczekała się również recenzji ze strony tygodników opiniotwórczych, choć nie były to te same tytuły, zaś autorzy powtórzyli się zaledwie w kilku przypadkach, o czym szerzej będzie traktował podsumowujący rozdział książki. Recenzenci „Twojego Stylu” sięgali także po ofertę własnego wydawnictwa, jak również po książki mniej znanych edytorów, jak choćby Wydawnictwa Jeden Świat, Wydawnictwa Niebieska Studnia, Wydawnictwa Oskar, Wydawnictwa SZAFKA czy Wydawnictwa TOTAMTO.

Recenzje, omówienia i krótsze formy w postaci adnotacji treściowych były najbardziej rozbudowaną i najliczniejszą kategorią informacji o książce na łamach „Twojego Stylu”. Jak już wspomniano, pomimo zmieniających się recenzentów i wyglądu stron, poświęconych omówieniom wybranych lektur, zachowały one ten sam charakter. Były to krótsze lub dłuższe streszczenia głównego wątku proponowanej książki, niekiedy z informacją na temat jej autora, lub okoliczności, towarzyszących powstaniu danego utworu. Niekiedy starano się zarazem określić dodatkowo, kim będzie odbiorca prezentowanej książki. Wyrażna była jednak pewna prawidłowość w owych omówieniach: recenzenci zakładali, że mają do czynienia z wykształconym czytelnikiem, posiadającym określony poziom wiedzy ogólnej i literackiej. Stąd pojawiały się niekiedy odwołania do wcześniejszej twór-

czości danego pisarza, porównania opisywanej fabuły do wykorzystanej w innej książce, przez innego autora. Przykładem jest choćby recenzja *Grobowca dla Borysa* (Danilo Kiš): „Narracja Sołżenicyna, melancholia Schulza i piękny tragizm Babla. Wielka literatura”⁷³.

Adnotacje wzbogacano za każdym razem kopią okładki proponowanej książki (zdjęcia były wyraźne, najczęściej można było swobodnie odczytać z nich nie tylko tytuł, ale i nazwisko autora). Poza tym, nierzadko wzrok przyciągały tytuły recenzji, odnoszące się już tylko do wybranej książki lub jednej z grup tytułów, znajdujących się w ramach rubryki⁷⁴. Oto kilka przykładów⁷⁵: *21 punktów widzenia*, *Boskie pomyłki ludzkie grzechy* [pis. org.], *Ciekawsze od fikcji*, *Dzban nie do rozbicia*, *Eliksir pisania*, *Historia uczuć*, *Kiedy dwóch kocha jedną*, *Kobieta ucieka w literaturę*, *Kwiat na dnie studni*, *Literatura kobiet według kobiet*, *Malowanie życia*, *Mroczne sekrety osobowości*, *Na balu życia*, *Nasi ukochani*, *Nasza codzienna apokalipsa*, *Nie ma jak rodzina*, *Pięknie o pięknie*, *Piszę do ciebie*, *Prawdziwe życie puka do drzwi*, *Sandał żony Lota i słowicza podłoga*, *Satyra gorzka i przewrotna*, *Szalona powieść*, *Szukaj mnie pod tysiącem imion*, *Twórca i niszczyciel*, *Tylko krok do szaleństwa*, *Uczucia kontrolowane*, *W poszukiwaniu przeznaczenia*, *Wersje samotnego życia*, *Z kogo się śmiejecie?*, *Zimne krajobrazy emocji*, *Życie ciekawsze niż wyobraźnia*, *Życie i duchy*, *Życie jak sensacyjna powieść*. Tytuły wyróżniały się nie tylko treścią, ale również wytłuszczoną bądź kolorową czcionką.

Przez cały poddany analizie okres podawano większość podstawowych danych bibliograficznych, które zawsze umieszczano na końcu recenzji. Najczęstszym brakującym elementem było miejsce wydania (w 106 recenzjach). Niekiedy, chociaż znacznie rzadziej, brakowało nazwy wydawcy (17 razy) czy roku publikacji (16 przypadków). Jednak w 13 przypadkach zapomniano o podaniu jednej z najważniejszych informacji, jaką jest nazwisko autora proponowanej książki. Zrezygnowano zarówno z określenia objętości książki, jak i podawania jej ceny. Nie zamieszczano też żadnej skali ocen, chociaż niemal wszystkie recenzowane książki uzyskiwały pozytywną opinię, ale jednak brakowało wyraźnej gradacji tychże not. Niekiedy recenzent, zachwycony przeczytaną książką dawał upust swoim

⁷³ Ł. Modelski, *Dzieci rewolucji*, „Twój Styl” 2005, nr 9, s. 113.

⁷⁴ Jednak, na co trzeba zwrócić uwagę, to wyraźna niechęć zmieniających się recenzentów i korektora pisma wobec znaków przestankowych, szczególnie zaś przecinków. Dla zobrazowania tego spostrzeżenia zachowano w tym przypadku oryginalną pisownię tytułów.

⁷⁵ Zob. kolejno: „Twój Styl” 2005, nr 12, s. 205; 2001, nr 4, s. [146]; 2005, nr 1, s. 117; 2003, nr 8, s. 114; 2002, nr 8, s. 122–[123]; 2004, nr 7, s. 126; nr 7, s. 126; 2005, nr 8, s. 99; 2001, nr 6, s. 128; nr 4, s. [146]; nr 3, s. 94; 2004, nr 2, s. 132; nr 9, s. 119; nr 11, s. 149; 2005, nr 2, s. 129; 2003, nr 10, s. 142; 2001, nr 4, s. [146]; 2004, nr 8, s. 115; 2003, nr 11, s. 138; nr 11, s. 138; nr 7, s. 124; 2001, nr 7, s. [114]; 2003, nr 4, s. 142; 2004, nr 9, s. 119; nr 5, s. 158; 2002, nr 7, s. 130; 2004, nr 1, s. 113; nr 5, s. 158; nr 12, s. 153; 2003, nr 9, s. 122; 2001, nr 2, s. 92; 2002, nr 1, s. [117]; 2004, nr 3, s. 130.

uczuciom, używając krótkich, acz treściwych określeń, jak na przykład: „książka oniryczna, duszna, zaskakująca. Rewelacja”⁷⁶, „książka świetna”⁷⁷, lub nie szczędząc pochwał pod adresem autora: „Nagrodę Nobla dostała dwanaście lat temu, jest doświadczoną pisarką, a jednak jej najnowsza powieść promieniuje taką energią i siłą, że Toni Morrison mogą pozazdrościć młodzi pisarze”⁷⁸ czy „Kilka godzin świetnej lektury holenderskiej kandydatki do literackiego Nobla”⁷⁹ lub o *Księdze złudzeń* P. Austere’a „Ta książka przywraca wiarę w sens czytania długich powieści”⁸⁰.

Objętość większości omówień drukowanych w ramach rubryki *Lektury* obejmowała kilkanaście zdań. Wyjątkowo zdarzały się prezentacje obszerniejsze, wychodzące poza standardowy opis wybranego tytułu. Tak było na przykład przy okazji nowej książki Sue Townsend: *Numer 10*. Obok tradycyjnej kilkuzdaniowej wzmianki na temat tego tytułu pojawiła się obszerniejsza charakterystyka twórczyni Adriana Mole’a wraz z jej zdjęciem oraz minikonkurs. Dla czytelników „Twojego Stylu” przewidziano 10 egzemplarzy opisywanej książki, jeśli poprawnie odpowiedzą na krótkie pytanie. Dla ułatwienia podano trzy odpowiedzi⁸¹.

Inaczej było w odniesieniu do recenzji, zamieszczanych poza rubryką recenzyjną. Tak było jedynie w ośmiu przypadkach⁸². Większość omówień miała charakter bieżący: zazwyczaj wybrane książki doczekały się prezentacji jeszcze w roku swego wydania⁸³.

Niekiedy obok recenzji pojawiał się wywiad z pisarzem, nawiązujący do nowo wydanej przezeń książki, której kopia okładki zamieszczona była na początku rozmowy, a odnoszące się doń dane bibliograficzne na końcu.

3.3.3.2. Łagodnieję z biegiem lat⁸⁴: wywiady

Wywiady stanowiły bardzo ważny element polityki pisma. Gros z nich były to jednak rozmowy z żonami sławnych mężów: aktorów, piosenkarzy, czy polityków.

⁷⁶ Ł. Modelski, *Miłość po prostu*, „Twój Styl” 2005, nr 10, s. 137.

⁷⁷ L. Bugajski, *Wenus z Willendorfu*, „Twój Styl” 2005, nr 6, s. 138.

⁷⁸ L. Bugajski, *Miłość noblistki*, „Twój Styl” 2005, nr 6, s. 138.

⁷⁹ A. Piwkowska, *Ciekawsze od fikcji*, „Twój Styl” 2005, nr 1, s. 117.

⁸⁰ A. Piwkowska, *Komik, który zniknął*, „Twój Styl” 2004, nr 7, s. 126.

⁸¹ „Twój Styl” 2005, nr 9, s. 112.

⁸² Zob. np. „Twój Styl” 2002, nr 1, s. 117; 2002, nr 8, s. 122–[123]; nr 11, s. 164; 2003, nr 8, s. [103].

⁸³ Chociaż zdarzały się także tytuły, proponowane w pierwszych numerach magazynu w danym roku. Wtedy przedstawiano książki, wydane kilka miesięcy wcześniej, a nawet w wydaniach wakacyjnych, gdzie recenzenci zachęcali do przeczytania książek, które trafiły na rynek rok wcześniej.

⁸⁴ Tytuł wywiadu, zob. „Twój Styl” 2001, nr 12, s. [84]–87.

Na podstawie analizy zawartości periodyku można było wyłonić 73 wywiady z osobami, które pośrednio bądź bezpośrednio związane były z literaturą (zob. Aneks 39. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005). W tej grupie znalazło się 22 pisarzy, wśród nich m.in. pojawili się: Isabel Allende, Stefan Chwin, Carlos Fuentes, Janusz Głowacki, Agnieszka Graff, Manuela Gretkowska⁸⁵, Katarzyna Grochola, Roma Ligocka, Ewa Lipska, A. Nothomb, Jerzy Pilch, Jo e Saramago, Z. Smith, William Wharton, Janusz L. Wiśniewski. Rozmówcami pisma byli także jego felietoniści: Krystyna Kofta, Agata Passent oraz Andrzej Żuławski. Najczęściej przeprowadzali je: Magda Jaros-Kropidłowska, Katarzyna Nowak, Dorota Sikora-Pouivet, A. Szarlat i Anna Tomiak. Rozmowy drukowano zazwyczaj w dziale *Kultura* (kilkakrotnie, jak wspomniano wyżej, obok recenzji, w ramach rubryki *Lektury*), w obrębie *Mieszanki stylowej*, *Portretów*, *Psychologii*, *Zdrowia* b d  w sporadycznie pojawiającym się *Wywiadzie na wył czno c *. Ta forma informacji o twórcy zajmowała od połowy do niemal pięciu stron. Zawierała prawie zawsze te same elementy: zdjęcie lub kilka zdj c rozmówcy (niezwykle w jego domu, z osobą bliską u boku), krótką notk  na jego temat, niekiedy zastępowaną rodzajem wprowadzenia, w którym obok jednego-dwóch zdań o bohaterze wywiadu znajdował się również sygnał dotyczący tematu przewodniego rozmowy. Jeśli pretekstem do niej była nowa ksi zka pisarza, wówczas zamieszczano kopi  jej okł dki i dane bibliograficzne dotyczące nowego tytułu. Czasem pojawiało się również zaproszenie do udziału w konkursie (umieszczano je na końcu rozmowy), w którym nagrod  były ksi zki⁸⁶. Pierwszą zach t  do przeczytania wywiadu były tytuły, które miały zwr ci  uwagę czytelnika, tak, by zainteresował się wybranym bohaterem. Oto kilka przykł d w⁸⁷: *Chciałabym pogodzić świat*, *Co jeszcze nam się zdarzy?*, *Donna Kiszocica*, *Dziewczynka w czerwonym płaszczyku to ja*, *Historia z niemorałem*, *Jestem przechodniem*, *Krzesany z życiem*, *Mam si  z czego cieszy *, *Nie śpi  więc pisz * [pis. oryg.], *O szczęcie trzeba dba *, *Przetrwam bo pisz * [pis. oryg.], *Ryzyko  ycia*, *Skandalistka z zasadami*, *Skazy na duszy*, *W pułapce przeznaczenia*, *Z wiatrem i pod wiatr*.

⁸⁵ Był to podwójny wywiad, przeprowadzony także z P. Pietruch , z okazji wydania wspólnej z M. Gretkowską ksiązki: *Sceny z życia pozamałżeńskiego*.

⁸⁶ Konkursy zostaną omówione w dalszej cz ci rozdziału.

⁸⁷ Zob. kolejno: „Twój Styl” 2001, nr 3, s. [58]–[61]; 2004, nr 4, s. [82]–[84]; 2002, nr 1, s. 116; 2001, nr 6, s. 122–[124], 126; 2003, nr 4, s. 144–145; nr 6, s. 120–[121]; 2002, nr 8, s. 114–116; 2005, nr 4, s. 160–162; 2003, nr 8, s. 112–113; nr 12, s. 72; nr 3, s. 118; 2002, nr 11, s. 156; nr 2, s. 174–[176]; 2003, nr 11, s. 130; 2001, nr 10, s. 128; 2003, nr 7, s. [118], [120], [122].

Niekiedy, jak wspomniano powyżej, wywiad z pisarzem drukowano obok rubryki recenzyjnej, a przedmiotem rozmowy stawała się nowo wydana książka. Tak było na przykład w czerwcowym numerze z 2001 r., kiedy K. Nowak pytała D. Terakowską o *Poczwarkę*, wydaną przez Wydawnictwo Literackie⁸⁸. Książka wpisywała się w tytuły zaprezentowane obok przez T. Jastruna, których treść lub przesłanie określił on jako *Wyprawy w głąb życia*.

Ciekawym spostrzeżeniem wydaje się fakt, że na owe 73 wywiady, 54 przeprowadzono z kobietami, które osiągnęły w życiu sukces, czyli takimi, które odpowiadały wizerunkowi, preferowanemu przez pismo⁸⁹. I tak na przykład, już początek rozmowy z Isabel Allende potwierdzał tę tezę: Agnieszka Meyer stwierdziła: „Kiedy musiała Pani opuścić Chile, miała Pani 40 lat, chorego męża i dwoje dzieci na utrzymaniu. Wiele kobiet by się w tej sytuacji załamało. A Pani odniosła wielki sukces literacki”⁹⁰. Po tak intrygującym początku, czytelnicy dowiedzieli się m.in., jak autorka *Domu duchów* poradziła sobie z przeciwnościami losu, jak, łamiąc konwenanse, oświadczyła się swemu drugiemu mężowi, ale również i o tym, czym jest dla niej pisanie, prawdziwa i przybrana ojczyzna oraz jakie jest jej podejście do życia.

Inna bohaterka wywiadu, Joanna Olczak-Ronikier, to kolejna silna kobieta, wywodząca się z rodziny, gdzie „prababka Julia, babka Janina i [...] matka Hanna, wszystkie miały mocny charakter i dominującą osobowość”⁹¹, które to cechy ujawniały się w obliczu trudów życia i pozwoliły im przetrwać w niełatwych okolicznościach. Z kolei z portretu, wyłaniającego się z wywiadu z A. Graff, powstał obraz, w którym okazało się, że z niej „Feministka nie taka straszna”, jak się wydaje, chociaż jest kobietą niezależną, jej związek opiera się na wolności, i która „realizuje własny projekt na życie, a nie ten narzucony przez tradycję i konwenanse”⁹². Jackie Collins, autorka bestsellerów, w których „zawsze wygrywają silne i niezależne kobiety”⁹³, K. Kofta, która wierzy, że „jednak kobieta może być wolna, niezależna”⁹⁴, E. Lipska, wyznająca, że

⁸⁸ K. T. Nowak [rozm.], *Motyl uwięziony*, „Twój Styl” 2001, nr 6, s. 128.

⁸⁹ Wywiady, których nie uwzględniono w tej liczbie, czyli takie, których bohaterami, częściej bohaterkami, byli ludzie nie związani ze światem literatury, także potwierdzają tę tezę. To osoby, które mogą poszczycić się osiągnięciami, powodzeniem i sławą, lub takie, które są związane z „ludźmi sukcesu” (w takim przypadku bywały to np. żony sławnych mężów: aktorów, piosenkarzy, sportowców, polityków, ambasadorów).

⁹⁰ A. Meyer (rozm.), *Żyj zgodnie z przeznaczeniem*, „Twój Styl” 2001, nr 10, s. 77.

⁹¹ K. T. Nowak (rozm.), *Łagodnieję z biegiem lat*, „Twój Styl” 2001, nr 12, s. 85.

⁹² K. T. Nowak (rozm.), *Feministka nie taka straszna*, „Twój Styl” 2002, nr 3, s. 46.

⁹³ A. Tomiak (rozm.), *Skandalistka z zasadami*, „Twój Styl” 2002, nr 2, s. 174.

⁹⁴ I. Filipiak (rozm.), *Między nami czarownicami*, „Twój Styl” 2002, nr 11, s. 165.

To od nas zależy, jak będziemy się starzeć. Ważna jest pogoda ducha, trochę przyjaciół, z którymi można pomilczeć. [...] To nieprawda, że wraz z czterdziestoma czy pięćdziesięcioma urodzinami wszystko w życiu kobiety się kończy. Zmarszczki mogą być piękne!⁹⁵

czy Z. Smith, przyznająca, że według niej „kobietom jest trudniej”⁹⁶ – to bohaterki, których życie ma być potwierdzeniem wartości propagowanych przez „Twój Styl”. Są tymi, którym, nierzadko mimo przeszkód, udało się osiągnąć sukces, spokój ducha, szczęście, a przynajmniej zadowolenie z życia, podobnie jak fikcyjnej bohaterce stworzonej przez K. Grocholę. Przy okazji ekranizacji *Nigdy w życiu!* pojawiły się cztery wywiady, wydrukowane w tym samym numerze pisma: z autorką bestsellera, aktorką, odtwarzającą główną rolę w filmie, socjologiem z Uniwersytetu Warszawskiego oraz z autorką scenariusza. Każda z nich przedstawiła swoją opinię na temat popularności Judyty, bohaterki książki. Czytamy:

Kobiety, bez względu na charakter, kolor włosów, wiek, identyfikują się z nią. Bo ona jest esencją kobiety. Zmienna, inteligentna, dzielna, dobra. Ciepła, silna, wrażliwa. Niezależna. Chwilami ubezwłasnowolniona. Cudnie różnorodna⁹⁷.

I w tym przypadku bohaterka (co prawda, fikcyjna) wpisywała się w określony wizerunek kobiety, kreowany przez pismo. Tezę tę potwierdzały słowa I. Łepkowskiej:

Tak układają się dziś losy kobiet. To my musimy zmagać się z olbrzymimi trudnościami. Lepiej radzimy sobie niż mężczyźni. Nie tracimy w tych zmaganiach kobiecości, dowcipu, urody. Jesteśmy mocniejsze moim zdaniem⁹⁸.

Większość wywiadów niosła ze sobą takie właśnie przesłanie lub rodzaj morału.

3.3.3.3. *Przeczytaj koniecznie!*⁹⁹: reklamy książek

Na łamach „Twojego Stylu” pojawiały się również reklamy. Należy zaznaczyć, że jakkolwiek zajmowały one bardzo dużą część periodyku, to jednak w przeważającej większości ich przedmiotem były kosmetyki, ubrania czy artykuły higieniczne, a tylko nieznaczna ich część związana była

⁹⁵ K. T. Nowak (rozm.), *Pomilczmy z przyjaciółmi*, „Twój Styl” 2003, nr 11, s. [137].

⁹⁶ A. Cholewa-Selo (rozm.), *Miłosne listy kobiet*, „Twój Styl” 2004, nr 5, s. 150.

⁹⁷ A. Grigo [wysłuchała], *Jest esencją kobiety*, „Twój Styl” 2003, nr 10, s. 59.

⁹⁸ A. Grigo (wysłuchała), *Zachwyca swoją przemianą*, „Twój Styl” 2003, nr 10, s. 60.

⁹⁹ Hasło reklamowe w jednym z anonsów wydawniczych. Zob. „Twój Styl” 2003, nr 4, s. [113].

z problematyką, określoną w temacie pracy. Pomimo skromnej liczby można wyróżnić następujące kategorie, które się w niej zawierają:

- 1) książki,
- 2) akcje tygodnika związane z książką¹⁰⁰,
- 3) prasa, w tym autoreklama¹⁰¹.

W latach 2001–2005 ukazało się w sumie 415 reklam odpowiadających powyższym kategoriom, z czego zaledwie 77 stanowiły anonse wydawnicze. W 127 przypadkach przedmiotem ogłoszenia były czasopisma, a w 211 rozmaite akcje, organizowane przez periodyk. W tabeli 48 przedstawiono liczbę inseratów wydawniczych w każdym z badanych roczników.

Tabela 48. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005

Rok	Liczba inseratów książkowych
2001	57
2002	10
2003	1
2004	9
2005	-
Ogółem	77

Źródło: badania własne.

Największa liczba ogłoszeń pojawiła się w pierwszym badanym roczniku; wynikało to przede wszystkim z faktu, że w tamtym czasie Wydawnictwo Prasowe Twój Styl połączone było z Wydawnictwem Książkowym, które wykorzystywało łamy periodyku do autopromocji swej oferty. Zaskakująca, a zarazem zastanawiająca jest tak niewielka liczba reklam wydawniczych w piśmie, podobnie jak ich całkowity brak w ostatnim badanym roczniku.

W tej liczbie anonsów aż 61 stanowią ogłoszenia Wydawnictwa Książkowego Twój Styl, 9 – Wydawnictwa Migut Media S.A., 3 – Wydawnictwa Naukowego PWN, 3 – Wydawnictwa Świat Książki i 1 – Wydawnictwa Quelle (Aneks 40. Wydawcy, którzy zamieścili swe ogłoszenia na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005). W ogłoszeniach, niemal zmonopolizowanych przez wydawcę periodyku, pojawiła się informacja o 52 różnych tytułach. W inseratach znalazło się 35 nazwisk autorów, w tym 25 pisarzy polskich i 10 autorów obcych (Aneks 41. Autorzy książek reklamowanych

¹⁰⁰ Ten typ informacji z uwagi na swoją dwojaką postać (komentarz tekstowy oraz reklama) zostanie przedstawiony w dalszej części rozdziału, zatytułowanej: *Kto kupi buty dla noblistki?: inne formy informacji o książce*.

¹⁰¹ Te zagadnienia zostaną omówione w ostatniej części rozdziału.

na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005). W tabeli 49 zaprezentowano najczęściej reklamowane tytuły.

Tabela 49. Najczęściej powtarzające się tytuły w reklamach wydawniczych w latach 2001–2005 na łamach „Twojego Stylu”

Tytuł reklamowanej pozycji	Wydawca	Liczba anonsów
<i>Oblicza polskiego dworu</i> [album]	Wydawnictwo Migut Media S.A.	9
<i>Wielka encyklopedia PWN</i>	Wydawnictwo Naukowe PWN	3
<i>I będę żyć...</i> (Jerri Nielsen, Maryanne Vollers)	Wydawnictwo Świat Książki	
<i>Empire</i> (Marek Nowakowski)	Wydawnictwo Książkowe Twój Styl	

Źródło: badania własne.

W kilku przypadkach ten sam tytuł stał się dwukrotnie przedmiotem reklamy. Tak było na przykład w przypadku książek: *Gęstwina* (Bogusławy Latawiec), *Kroniki czasów Mitanni* (Bogusława Chraboty), *Rondo de Gaulle'a* (Olgi Stanisławskiej), *Zasypie wszystko, zawieje...* (Włodzimierza Odojewskiego); wszystkie propozycje pochodziły z ofert Wydawnictwa Książkowe Twój Styl. Podobnie niewielka powtarzalność pojawiała się w odniesieniu do autorów reklamowanych lektur – tabela 50.

Tabela 50. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005

Nazwisko autora	Liczba inseratów	Liczba tytułów	Tytuły reklamowanych książek
Zygmunt Kałużyński	4	2	<i>Perłowa ruletka. Leksykon filmowy</i> ^a <i>Wampir salonowiec</i>
Marek Nowakowski	4	2	<i>Empire</i> <i>Rajski ptak</i>
Josef Škvorecký	4	2	<i>Dwa morderstwa w moim dwoistym życiu</i> <i>Fajny sezon</i>
Jarosław Abramow-Newerly	3	2	<i>Granica sokoła</i> <i>Lwy mojego podwórka</i>

^a Książka napisana wspólnie z T. Raczkiem.

Źródło: badania własne.

Zaledwie w trzech przypadkach pojawiło się to samo nazwisko autora w recenzji i reklamie. Były to książki B. Chraboty, K. Kofty oraz J. Škvorecký'ego, a tylko w odniesieniu do ostatniego pisarza była to ta sama książka (*Dwa morderstwa w moim dwoistym życiu*).

W trzech pierwszych numerach „Twojego Stylu” w 2001 r. znalazł się anons Wydawnictwa Naukowego PWN. Podobnie jak w przypadku innych przedstawianych w pracy periodyków zajmował całą stronę, przykuwał wzrok odbiorcy starannością przygotowania i ciekawym pomysłem (zdjęcie 115).



Zdjęcie 115. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2001, nr 2, s. [93]

Podobnie od pierwszego omawianego numeru pojawiały się reklamy Wydawnictwa Książkowego Twój Styl. Miały one za każdym razem podobną formułę, zajmowały zazwyczaj całą stronę, chociaż kilkakrotnie ograniczono się do prezentacji tytułów w postaci mniejszego modułu, umieszczonego z boku strony. Czytelnik odnajdował je w środkowej lub ostatniej części periodyku, na stronach poświęconych sprawom kultury bądź w ramach działu *Relaks* lub *Zdrowie*. Anonse miały najczęściej postać zbliżoną do formuły rubryki recenzyjnej: w inseracie pojawiał się tytuł wiodący, wspólny dla wszystkich (w tym przypadku reklamowanych) książek oraz podtytuły dla poszczególnych propozycji, wyraźne kopie okładek oferowanych lektur, adnotacje treściowe, dane bibliograficzne, uzupełnione o cenę książki oraz nierzadko hasło reklamowe i kupon zamówienia. W jednym ogłoszeniu pojawiało się zazwyczaj sześć tytułów (zdjęcie 116 i 117).



Zdjęcie nr 116. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2001, nr 7, s. [186]



Zdjęcie nr 117. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2001 nr 2, s. [91]

Kiedy na początku 2002 r. Wydawnictwo Książkowe Twój Styl przestało wykorzystywać łamy pisma do promocji swojej oferty, wówczas jedynym ogłoszeniem wydawniczym, trafiającym do czytelników magazynu, była propozycja oficyny Migut Media S.A., proponującej album *Oblicza polskiego dworu*. W większości przypadków anons miał tę samą formułę, która prezentowała się tak, jak zaprezentowano to na zdjęciu 118.



Zdjęcie nr 118. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2004, nr 10, s. [222]

Warto zwrócić uwagę na cytowaną opinię: jej autorem był dziennikarz tygodnika „Wprost”. Funkcję zachęcającą spełniać miały również wybrane z albumu zdjęcia.

Jak zatem widać, ta postać informacji o książce na łamach periodyku była bardzo skromnie prezentowana zarówno pod względem liczby ogłoszeń, jak i zróżnicowania formy. Znacznie częściej pojawiające się reklamy z innych branż miały staranniej dopracowaną grafikę, były bardziej pomysłowe. Podobnie było w przypadku autoreklamy pisma. Zostanie ona omówiona w dalszej części rozdziału.

3.3.3.4. *Kto kupi buty dla noblistki?*¹⁰²: inne formy informacji o książce

Na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005, poza recenzjami i reklamami, ukazało się 486 różnego typu tekstów, które pośrednio lub bezpośrednio dotyczyły książki poprzez przedmiot informacji, jej bohatera lub osobę, która była jej autorem. Miały one różną objętość i charakter, rozmieszczone były w całym piśmie zarówno na stronach poświęconych kulturze, jak i w obrębie działów *Moda*, *Psychologia*, *Relaks*, *Sztuka życia*, *Zdrowie* (zob. Aneks 42. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005). Zebrany materiał pozwolił, podobnie jak w przypadku poprzednich periodyków, na wyodrębnienie kilku kategorii tekstów/informacji, uwzględnionych wcześniej w tabeli 45. W ten sposób można wyróżnić:

¹⁰² K. T. Nowak, *Kto kupi buty dla noblistki?*, „Twój Styl” 2001, nr 6, s. 32–34, 36, 38.

- sylwetki/portrety (35);
- artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego (22);
- ekranizacje, adaptacje i inscenizacje znanych dzieł (45);
- listy czytelników, nawiązujące do informacji związanej książką (7);
- konkursy i akcje, organizowane przez tygodnik (65);
- inne (312).

Poniżej scharakteryzowano każdą z kategorii, prezentując wybrane, reprezentatywne dla niej przykłady.

3.3.3.4.1. *Książę i róża*¹⁰³: sylwetki/portrety

Portrety były jednym z działów pisma od początku jego istnienia. Jak już wspomniano wcześniej, zamieszczane tu cykle (jak choćby *Jej Styl*) wpisywały się w formułę periodyku, realizując propagowany przezeń określony wizerunek kobiety. Nierzadko zdarzało się, że teksty tego typu, opisujące życie wybranej osoby, jej osiągnięcia, poglądy, drukowano także w innych miejscach magazynu.

Bohaterami tych tekstów byli niekiedy pisarze bądź osoby pośrednio związane z literaturą. W analizowanym okresie takich przypadków było 35. Pojawiały się one w całym periodyku, chociaż zaledwie sześć z nich znalazło się w ramach *Portretów*. Inne czytelnicy odnajdowali na przykład w rubryce *High life story* bądź w dziale *Kultura*, zaś dwa z nich miały formę reportażu. Większość zajmowała od czterech do pięciu stron. Poza wprowadzeniem (zazwyczaj intrygującym), w tekście znajdowały się liczne zdjęcia. Wśród prezentowanych pisarzy znaleźli się na przykład Manuela Gretkowska, Katarzyna Grochola, Wojciech Kuczok, Iris Murdoch, Ruth Rendell, Andrzej Stasiuk, Gertruda Stein i Virginia Woolf.

W kilku przypadkach kreślono sylwetkę nie tylko danego twórcy, ale i bliskiej mu osoby. Interesującym przykładem (podobnie jak w przypadku miesięcznika „Zwierciadło”) był tekst poświęcony autorowi *Małego księcia*. Anna Bojarska odślaniała przed czytelnikami mało znane fakty nie tylko z życia Antoine’a de Saint-Exupéry’ego, ale również odkrywała tajemnice powstania książki, która uważana jest przez wielu za autobiografię pisarza¹⁰⁴. W kolejnym tekście także pojawił się podwójny portret: W. Kuczoka i jego żony, Kariny. Joanna Laprus-Mikulska skoncentrowała swoją opowieść na życiu osobistym autora *Widmokrągu*, zaś odwołań do sukcesów zawodowych było niewiele¹⁰⁵.

¹⁰³ Tytuł jednego z tekstów, zob. „Twój Styl” 2001, nr 5, s. 128–130, [132]–[133].

¹⁰⁴ A. Bojarska, *Książę i róża*, „Twój Styl” 2001, nr 5, s. 128–130, [132]–[133].

¹⁰⁵ J. Laprus-Mikulska, *Wreszcie trafiłem do domu*, „Twój Styl” 2005, nr 3, s. 44–47.

Inaczej było w przypadku tych portretów, gdzie bohaterami stawali się ludzie, znani nie tylko dzięki swym sukcesom, ale również ci, których losy były powikłane, życie naznaczone tragizmem, a poglądy kontrowersyjne. I tak na przykład, w 2001 r., przed pojawieniem się ekranach kin filmu *Godziny*, dzięki Elżbiecie Królikowskiej-Avis czytelnicy „Twojego Stylu” poznali sylwetkę Virginii Woolf. Starannie dobrane zdjęcia domu, w którym mieszkała wraz z mężem, dopełniały przejmujący tekst *Nie zatrzymał mnie nikt*¹⁰⁶.

Z kolei o Sylvii Plath, jej życiu i wydanych po raz pierwszy bez cenzury dziennikach można było dowiedzieć się z tekstu pod wiele mówiącym tytułem: *Udręczona dusza*. Już wstęp do czterostronicowego portretu autorki *Szklanego klosza* przyciągał wzrok:

Kultowa poetka dwóch pokoleń: dzieci kwiatów i ich dzieci. [...] Jej poezja wciąż niepokoi, inspiruje, magnetyzuje. Wielki talent, niezwykła osobowość, światowa sława oraz tragiczna śmierć Sylvii Plath od niemal 40 lat przyciągają uwagę i wzbudzają kontrowersje¹⁰⁷,

dalej czytelnik dowiadywał się, jak wyglądało jej życie z Tedem Hughesem, o tym, jak z pozycji „wybranki bogów” znalazła się na dnie rozpacz, w depresji, która doprowadziła ją do śmierci. Natomiast przedmiotem kolejnego portretu stało się burzliwe życie Françoise Sagan: jej wzloty i upadki z werwą opisała korespondentka pisma z Paryża, D. Sikora-Pouivet¹⁰⁸.

W niektórych przypadkach pod tekstem pojawiała się propozycja wzięcia udziału w konkursie, w którym nagrodą były książki autorstwa opisywanego pisarza/pisarki¹⁰⁹.

Reasumując, portrety wydają się być najciekawszą formą informacji, związanej z książką, zamieszczanych na łamach magazynu. Nietuzinkowy bohater, pieczołowicie wybrane te wątki z jego życia, które mogły zainteresować czytelnika „Twojego Stylu”, umiejętnie rozbudzana ciekawość, sprawiały, że historie te czytać można jak fragment dobrze napisanej książki, nabierając chęci, by jeszcze bliżej poznać daną postać, choćby poprzez jej twórczość.

¹⁰⁶ E. Królikowska-Avis, *Nie zatrzymał mnie nikt*, „Twój Styl” 2001, nr 11, s. [142]–146.

¹⁰⁷ E. Królikowska-Avis, *Udręczona dusza*, „Twój Styl” 2001, nr 4, s. 139.

¹⁰⁸ D. Sikora-Pouivet, *Witajcie smutki*, „Twój Styl” 2002, nr 8, s. 188–192.

¹⁰⁹ Zob. np. „Twój Styl” 2004, nr 10, [16]–20. Więcej na temat konkursów – w dalszej części rozdziału.

3.3.3.4.2. *Bez pouczenia*¹¹⁰: teksty, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu

Formuła i charakter pisma decydowały o tym, że brak w nim było tekstów, analizujących kondycję współczesnej literatury czy sytuację na rynku wydawniczo-księgarskim tak, jak było to w przypadku prasy opinii. Obszerniejszych publikacji, traktujących bezpośrednio o sprawach, określonych w tytule pracy, było tu niewiele, zaledwie 22 w ciągu 5 lat. Liczniejszą grupę stanowiły krótsze teksty, które należałoby nazwać raczej notkami, w poprzednich rozdziałach zaliczanymi do kategorii „inne”, a także, o czym wcześniej wspomniano, felietony, których autorzy byli pisarzami. Oddzielną grupę stanowiły propozycje książek, drukowane w sporadycznie pojawiającej się rubryce *Co Państwo czytają i polecają?* Warto także wspomnieć o stosunkowo często zamieszczanych na łamach pisma fragmentach książek – nowościach bądź takich, które dopiero miały się ukazać. Ale i w tych przejawach zainteresowania literaturą widać wyraźnie realizowaną przez pismo ideologię i kontekst programowy periodyku.

Przyznając, że „Książki to żywioł. Mogą pochłonąć dom, wcisnąć się w kąty, zarosnąć każde wolne miejsce. Do zestawu podstawowego, który zabieramy z rodzinnego domu, dodajemy przez lata własne. Bo żyć bez książek nie sposób”¹¹¹, proponowano (w formie zdjęć) sposoby na to, „Jak przechowywać książki w domu, żeby najpotrzebniejsze zawsze były pod ręką? Co zrobić, aby zdobiły wnętrze, zamiast je przytłaczać?”¹¹². Inne teksty miały charakter przede wszystkim ciekawostek, które mogły zainteresować odbiorcę magazynu. Pisano na przykład o nowym nurcie w literaturze, znanym jako „*mommy lit*” („literatura dla mam”), zapoczątkowanym przez książkę Allison Pearson *Nie wiem, jak ona to robi*, a kontynuowanym przez przedstawiony przez pismo bestseller *Babyville* (Jane Green). Czytelnicy byli przekonywani, że to „Pełne humoru, inteligentnie napisane powieści”, które „podobają się milionom kobiet”¹¹³.

Z kolei Wojciech Bońkowski pisał o innych jeszcze książkach, które ciekawie mogły przede wszystkim pleć piękną, sam zresztą na początku stwierdzając, że „Książki kucharskie są ulubioną lekturą kobiet”¹¹⁴ zarówno „mistrzyń rondla”, jak i tych, które „o prawdziwym gotowaniu nie wiedzą już prawie nic”¹¹⁵. Wszystkie zaś łączy jedno: są zabiegane, mają coraz mniej czasu na przygotowanie rodzinnego obiadu. Stąd rady, po które książki

¹¹⁰ „Twój Styl” 2003 nr 4. s. 221.

¹¹¹ [br. aut.], *Dzieła zebrane*, „Twój Styl” 2002, nr 2, s. 162-[167].

¹¹² *Ibidem*.

¹¹³ [br. aut.], *Bridget Jones dorosłeje*, „Twój Styl” 2003, nr 10, s. 32.

¹¹⁴ W. Bońkowski, *Ćwierczakiewiczowa kontra Oliver*, „Twój Styl” 2004, nr 9, s. 189.

¹¹⁵ *Ibidem*.

sięgnąć, które z licznie oferowanych tytułów mogą się najbardziej przydać: reprint 365 *obiadów* Lucyny Ćwierczakiewiczowej czy *Oliver w kuchni* Jamie'go Olivera. Dopelnieniem owego „przewodnika” były propozycje znanych (sic!) kobiet dotyczące ich ulubionych książek kucharskich oraz kuszące kopie okładek tychże lektur, a na sąsiedniej stronie m.in. przepis na lody w sosie malinowo-różanym i zaproszenie do jednej z warszawskich restauracji.

Kolejny tekst również wpisywał się w kategorię ciekawostek, które mogły zainteresować czytelniczki „Twojego Stylu”. Była to historia o tym, jak kobiety, sławne dzięki osiągniętych przez siebie sukcesom, wspólnie napisały dla swoich dzieci krótkie historyjki, wydane następnie w formie książki *Bajki gwiazd*. I tak,

Małgorzata Foremniak uczy, jak wyrosnąć na dobrego człowieka, a Monika Jaruzelska, jak zachwycić się różnorością świata. Jolanta Raszewska i Jagna Marczałajtis opowiadają o dziecięcych smutkach i czują, jakby mówiły sobie i innym matkom o potrzebie macierzyńskiej miłości. Bo to są bajki dla dzieci i dorosłych. Prawdziwe jak życie¹¹⁶.

Tekst niósł ze sobą przesłanie (zawierające się w programie periodyku) o tym, jak ważne w życiu kobiety jest macierzyństwo, obok (niekoniecznie zamiast) kariery zawodowej.

O książkach i kobietach traktował także kolejny tekst: Sonia Draga, Iza Kowalczyk oraz Basia Stępień założyły własne wydawnictwa i osiągnęły sukces: o tym, o ich wcześniejszych losach, zanim książki zmieniły ich życie, opowiadała Agnieszka Litorowicz-Siegert¹¹⁷.

Warto także wspomnieć jeszcze o dwóch publikacjach, wpisujących się w tematykę pracy. W pierwszej z nich wyjątkowo opisani zostali nie tylko sławni ludzie, ale także ich „pierwsi sekretarze”. O pracy asystentów Stanisława Lema, Czesława Miłosza i Wisławy Szymborskiej, typowych i oryginalnych zleceniach, o ochronie prywatności twórców, a także o organizowaniu spotkań i wywiadów pisała K. Nowak w cyklu *Twórcy i życie*¹¹⁸. W tym interesującym tekście nie zabrakło również ciekawostek z życia codziennego „Wielkiej Trójki” oraz anegdot, opowiedzianych przez ich sekretarzy.

Równie interesujący był inny jeszcze reportaż, opowiadający o paryskiej księgarni Shakespeare&Company, gdzie „W ciągu dnia zaglądają [...] turyści, wieczorami szukają noclegu zagubieni poeci, pisarze i artyści”¹¹⁹

¹¹⁶ J. Laprus-Mikulska, *Na dobranoc i na całe życie*, „Twój Styl” 2005, nr 6, s. 32.

¹¹⁷ A. Litorowicz-Siegert, *W kobiecym wydaniu*, „Twój Styl” 2005, nr 12, s. [64]–69.

¹¹⁸ K. T. Nowak, *Kto kupi...*, s. 32–34, 36, 38.

¹¹⁹ M. Wendołowska, *Przystań poetów*, „Twój Styl” 2005, nr 3, s. 72.

i gdzie obowiązuje zasada: „Możesz tu zostać, jeśli czytasz jedną książkę dziennie”¹²⁰.

Z kolei o bookcrossingu pisała Agnieszka Chądzyńska, tłumacząc, że nie jest to jedynie wymiana książek: „To również dyskusje o modnych autorach, przyjaźnie zawierane przez internet”¹²¹. U dołu tekstu znalazł się adres strony poświęconej tej inicjatywie, a także mini-konkurs z nagrodą w postaci 10 egzemplarzy powieści K. Grocholi *Osobowość émy*. Odpowiedź na pytanie konkursowe znajdowała się w tekście.

Przytoczone publikacje, każda kilkustronicowa, miały charakter relacji z wyraźnym dążeniem ich autorów do wypuklenia najciekawszych wątków, wyeksponowania tych elementów opowiadanych historii, które wciągną czytelnika jak dobra książka. A dobre książki proponowano nie tylko w formie zaprezentowanej już rubryki recenzyjnej, ale również w postaci (jak w „Zwierciadle”) rekomendowanych przez znane osoby tytułów, tu zamieszczanych w sporadycznie pojawiającej się, wspomnianej już rubryce *Co Państwo czytają i polecają?*, drukowanej w dziale poświęconym sprawom kulturalnym. Taka forma promocji książki pojawiła się w ciągu pięciu lat siedmiokrotnie¹²². Poza jednym wyjątkiem, o swojej ulubionej lekturze opowiadały cztery wybrane osoby. Ich zdjęcia umieszczone były nad kilkunastozdaniowym opisem danej książki, tytułem opinii, adnotacji treściowej, podstawowymi danymi bibliograficznymi i kopią okładki proponowanej książki. O rekomendację poproszono m.in. wybranych aktorów (na przykład Piotra Adamczyka, Waldemara Goszcza i Magdalenę Stużyńską), dziennikarzy (Roberta Makłowicza, Joannę Racewicz i Andrzeja Sołtysika), muzyków (Grzegorza Turnaua, Wojciecha Waglewskiego) i literatów (Manuelę Gretkowską). Pomysł, by zapytać samych twórców o ich ulubione książki, pojawił się raz, w pierwszym analizowanym numerze w rubryce *Co czytają pisarze?* Również w tym przypadku były to cztery osoby (Marek Bieńczyk, Anna Nasiłowska, Piotr Siemion, Olga Tokarczuk). Grafika rubryki zmieniła się trzykrotnie, co wiązało się z wcześniej omówionymi przemianami całego periodyku.

Uwagę zwracała wielość elementów, składających się na przedstawioną stronę: kopie okładek książek, zdjęcia osób opowiadających o wybranych lekturach, dane bibliograficzne – to wspólne części składowe, rozmaicie rozmieszczone i zaprezentowane w różnej tonacji kolorystycznej.

¹²⁰ *Ibidem*, s. 74.

¹²¹ A. Chądzyńska, *Uwolnić Grocholę*, „Twój Styl” 2005, nr 6, s. [137].

¹²² „Twój Styl” 2001, nr 12, s. [138]; 2002, nr 2, s. [120]; nr 7, s. [131]; nr 11, s. [169]; 2003, nr 3, s. 126; 2005, nr 5, s. [126]; nr 7, s. [110].

Znalazły się tu bardzo zróżnicowane tytuły: obok *Szachownicy flamandzkiej* (Artura Pérez-Reverte) pojawiły się *Drogi człowieka mistycznego* (Jana A. Kłoczowskiego), obok *Mitów i symboli starożytnego Egiptu* (Andrzeja Niwińskiego), *Białe jabłka* (Jonathana Carrola). Wyraźne, kolorowe zdjęcia kopii okładek proponowanych książek były elementem przykuwającym wzrok czytelnika, zaś opinie znanych osób miały mniej lub bardziej pogłębiony charakter. Niektóre ograniczały się do zasygnalizowania lub streszczenia głównych wątków proponowanej lektury, w innych pojawiała się jednoznaczna ocena (jak choćby w przypadku książki *Zjeść Kraków. Przewodnik subiektywny* Roberta Makłowicza i Stanisława Mancewicza: „Ta książka jest smaczna jak dobre, aromatyczne danie”¹²³) czy intrygujące zakończenie („Zaskakujący finał wyjątkowej książki”)¹²⁴.

Opiniami na temat przeczytanych książek mogli się również podzielić sami czytelnicy pisma w organizowanym w 2002 r. konkursie na internetową recenzję¹²⁵. Ulubione tytuły odbiorców „Twojego Stylu” znalazły także swoje odbicie w formie nietypowej listy *Bestsellery z Internetu*. Informacja na ten temat (wraz z zestawieniem 10 najczęściej czytanych przez odbiorców magazynu książek) pojawiła się jednak zaledwie dwukrotnie w dwóch pierwszych numerach periodyku w 2002 r.¹²⁶

Znacznie częściej sięgano po inną jeszcze formę zachęty i promocji literatury. W ciągu 5 lat na łamach pisma 22 razy drukowano fragmenty wybranych książek. Przeważnie można było je odnaleźć w dziale kulturalnym, ale odbiorca mógł się na nie natknąć także przy czytaniu tekstów, poświęconych zdrowiu czy psychologii. Zajmowały od jednej do niemal sześciu stron, miały swój odrębny tytuł, określający do pewnego stopnia temat proponowanej książki, a w przypadku zapowiedzi wydawniczej na zakończenie podawano informacje bibliograficzne wraz z określeniem zbliżonej daty ukazania się danej lektury. Nierzadko proponowano czytelnikom udział w konkursie, w którym nagrodą była cytowana lektura. Sięgnięto w ten sposób m.in. po książkę *ABC dobrych manier* Macieja B. Brzozowskiego i Romana Wysockiego, *Afrykańską odyseję* Karen Blixen, *Artemizję* Alexandry Lapierre, *Gdyby zamilkły kobiety* Krystyny Kofty, *Rozbuchaną wyobraźnię Olivii Jules* H. Fielding oraz *Siostrzane uczucia* Małgorzaty Domagalik. Niekiedy przytaczany fragment urozmaicano rysunkami grafików pisma, czasem zamieszczano kopię okładki polecanej w ten sposób książki.

W 2001 r. pojawiła się lista propozycji lektur na wakacje (pomysł znany z łamów pism opinii, niewykorzystany przez miesięcznik „Zwierciadło”).

¹²³ E. Lutczyń, *Smaczna prawda o Krakowie*, „Twój Styl” 2001, nr 12, s. [138].

¹²⁴ R. Dancewicz, *Pelagia na tropie*, „Twój Styl” 2005, nr 7, s. [110].

¹²⁵ Zostanie on bliżej scharakteryzowany w dalszej części rozdziału.

¹²⁶ „Twój Styl” 2002, nr 1, s. [117]; nr 2, s. [121].

T. Jastrun zaproponował cztery książki, których kolorowe kopie okładek zwracały uwagę czytelnika. Z charakterystycznym dla siebie poczuciem humoru oraz ironią poeta zachęcał do sięgnięcia m.in. po *Kwiaty śliwy w złotym wazonie*: „erotyczne nieprzyzwoitości, które kiedyś tak bulwersowały czytelnika, zbladły wobec bezwstydu naszych czasów. Fascynująca jest za to nadal obyczajowa warstwa powieści”¹²⁷. Obok oferty Tomasza Jastruna znalazły się także propozycje trzech znanych osób (Magdaleny Cieleckiej, Andrzeja Chyry oraz Kamila Durczoka) wybranych przez nich lektur na urlop. Pod każdą z siedmiu pozycji znalazły się dane bibliograficzne dotyczące określonego tytułu.

Podobną okolicznościową formułę miały propozycje lektur-prezentów pod choinkę. Czterokrotnie¹²⁸ w „Twoim Stylu” prezentowano wybrane tytuły. W tych przypadkach nad tekstem przeważały zdjęcia. Barwne kopie okładek, zdjęcia otwartych książek i krótkie, kilkudzaniowe (w 2005 r. nieco dłuższe) notki treściowe uzupełnione danymi bibliograficznymi miały zachęcić czytelników do obdarowania bliskich albumami, a także powieściami – m.in., jak pisano w jednym z numerów – „dla koneserów, smakoszy, wielbicieli sztuki i podróży”¹²⁹.

Kilkakrotnie tytuł książki pojawiał się w kontekście publikacji, związanej z dowolnym zagadnieniem, innym niż literackie czy nawet kulturalne, a wpisującym się w tematykę „Twojego Stylu”, podobnie jak nazwisko pisarza, którego opinię cytowano przy okazji poruszania określonych zagadnień. Na przykład w tekście poświęconym kuchni i gotowaniu cytowano słowa M. Domagalik, która „uważa, że przygotowanie jednego ciepłego posiłku dziennie to obowiązek każdej kochającej żony”¹³⁰. Opisano jednocześnie wystrój kuchni autorki m.in. feministycznych felietonów. Pojawiały się także, chociaż niezwykle rzadko, teksty, w których książka stawała się pretekstem do zajęcia się innym tematem. Na przykład odnosząc się do bestsellera *Cień wiatru* Carlosa R. Zafóna, proponowano czytelnikom podróż śladami jego bohaterów¹³¹. Jednocześnie przy okazji pojawił się konkurs z prostym pytaniem, w którym nagrodą była ta właśnie książka. W innym numerze zamieszczono tekst o Nowej Zelandii, proponowanej przez biura podróży miłośnikom *Władcy Pierścieni*¹³².

¹²⁷ T. Jastrun, *Chiński Dekameron*, „Twój Styl” 2001, nr 7, s. [114].

¹²⁸ Kolejno w 2001, 2003, 2004 i 2005 r.

¹²⁹ [br. aut.], *Znajdź album pod choinką*, „Twój Styl” 2002, nr 12, s. [164].

¹³⁰ M Smarzyńska-Karbownik, *Kucharek sześć*, „Twój Styl” 2002, nr 4, s. 34.

¹³¹ [br. aut.], *Miasto zaczytane*, „Twój Styl” 2005, nr 5, s. 88–89.

¹³² E. Sarnacka-Mahoney, *Tranzylem przez Śródziemie*, „Twój Styl” 2004, nr 2, s. 70–73.

Należy jednak zaznaczyć, że tu odwoływano się raczej do ekranizacji powieści J. R. R. Tolkiena, nie zaś do wersji oryginalnej w postaci książki.

Odrębną grupę publikacji wartych odnotowania, stanowiły wspomniane wcześniej felietony, których autorami byli pisarze. Każdy z nich drukował swoje teksty w stałych cyklach. W tabeli 51 zaprezentowano ich nazwiska wraz z tytułem cyklu felietonów oraz okresem, w jakim pojawiał się on w periodyku.

Tabela 51. Pisarze zamieszczający felietony na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005

Nazwisko felietonisty	Nazwa cyklu	Okres ukazywania się danego cyklu
A. Bojarska	<i>Montparnasse</i> 2001	2001
M. Gretkowska	<i>Szkice na jedwabiu</i>	2002–2003
T. Jastrun	<i>Notatnik erotyczny</i>	2001–2003
K. Kofta	<i>Intercity</i> → <i>Rewizja osobista</i> → <i>Być z nim czy nie być</i>	2001–2005
A. Passent	<i>Krakowskie Przedmieście</i>	2001–2005
A. Żuławski	<i>Bilet miesięczny</i> → <i>Inaczej</i>	2001–2005

Źródło: badania własne.

Każdy z felietonów (ogółem było ich 229¹³³) zajmował jedną stronę magazynu, u góry każdej kolumny zamieszczano zdjęcie danego felietonisty. Nie podejmowali oni raczej, jak można byłoby się spodziewać, tematów literackich, rzadko też sięgali po przeczytaną książkę, by dzielić się z czytelnikami periodyku wrażeniami po jej lekturze. Zazwyczaj felietony miały charakter luźnych rozważań, gdzie punktem wyjścia stawało się wydarzenie, w którym autor brał udział, obserwacje zachowań ludzkich (w przypadku felietonistek bardzo często był to komentarz do postaw współczesnych mężczyzn w określonych sytuacjach) lub rozważania związane z uczuciami, szczególnie z miłością i relacjami (nierazko konfliktami) damsko-męskimi. Niektóre z felietonów miały bardzo sugestywne tytuły, jak na przykład¹³⁴: *Ciche dni*, *Cogutto się żeni*, *Cytrusek Chytrusek*, *Faceci i kury*, *Idealne sadomaso*, *Makbetowa*, *Mąż z billboardu*, *Żona z żelaza*. Warto zwrócić uwagę na to, że teksty pisane przez znanych autorów miały najciekawsze tytuły, biorąc pod uwagę pozostałe formy informacji o książce. Poza wymienionymi, czytelnicy prawdopodobnie zwrócili uwagę także na takie, jak choćby¹³⁵: *Ancymon*, *Gwóźdź wbity w sedno*, *Ja cię wiercę*, *Ja to ktoś*

¹³³ Do tej grupy nie zaliczono trzech felietonów pióra J. Kaczmarek.

¹³⁴ Kolejno: „Twój Styl” 2002, nr 7, s. 136; nr 2, s. 122; nr 10, s. 140; 2004, nr 8, s. 121; 2001, nr 11, s. [150]; 2005, nr 8, s. 100; nr 7, s. 111; 2001, nr 1, s. 114.

¹³⁵ Kolejno: „Twój Styl” 2005, nr 4, s. 84; 2002, nr 1, s. 120; 2005, nr 7, s. 52; 2002, nr 10, s. 155; 2003, nr 10, s. 72; 2005, nr 3, s. 127; 2002, nr 12, s. 74; 2005, nr 6, s. 86; 2001, nr 10, s. [152]; 2004, nr 12, s. 68; 2005, nr 4, s. 165; 2003, nr 4, s. 76; 2003, nr 4, s. 146.

inny, *Kartki z zawistnika, Królestwo za kontakt!, Maszyna do życia, Pan Lolitek, Pani Curetta, Ściśle fajne, Twardy dysk duszy, Wypromuj się, Zmory pamięci.*

Inny charakter miały krótkie notki, dotyczące interesujących nas zagadnień. W ciągu 5 lat pojawiło się 48 takich kilkuzdaniowych informacji. Zamieszczane były przeważnie w ramach dwóch towarzysko-sensacyjnych rubryk: *Mieszanki stylowej oraz High life`u*. Obok doniesień z życia gwiazd estrady i ekranu pojawiały się wzmianki dotyczące książek i pisarzy, przy czym notki te miały także nierzadko posmak sensacji, a przynajmniej niebanalnej ciekawostki. I tak na przykład, informowano o wydaniu przez Uniwersytet Qinghua książki, w której znalazły się wiersze i listy pisane w chińskim języku nushu, używanym tylko przez kobiety¹³⁶, o ukazaniu się humorystycznego poradnika Corinne Maier *Witaj lenistwo, czyli sztuka i konieczność wkładania jak najmniejszego wysiłku w pracę przedsiębiorstwa*¹³⁷. Czytelniczki pisma dowiedziały się również o ukazaniu się encyklopedii najlepiej ubranych kobiet świata¹³⁸ oraz o dwóch nowych edycjach Wydawnictwa Arkady: *Historii mody* Françoise Bouchera i *Tysiąca ubiorów w Polsce* Anny Sieradzkiej¹³⁹. Pisano także o książce Doris Kopf-Shroeder, tłumaczącej dzieciom zawiłości polityki¹⁴⁰. Zastanawiano się, czy mężem norweskiej księżniczki Marthy Luisy zostanie pisarz-skandalista Ari Behn¹⁴¹, a wszystkim zainteresowanym polecano internetową księgarnię feministyczną¹⁴². Uznano również, że odbiorców magazynu zainteresuje fakt, że Casual Oksana Robsky wydała w Rosji książkę o życiu tamtejszych milionerów¹⁴³, a książkę Henryk, mąż królowej Danii, Małgorzaty, opublikował tomik wierszy¹⁴⁴. Skrupulatnie odnotowano także, co znani pisarze mówią o kobietach i małżeństwie; dzięki „cytatowi miesiąca” czytelnicy dowiedzieli się, że J. Carroll uważa, iż „Kobiety są bardziej interesujące od mężczyzn. Są prawdziwym skarbem. Szkoda, że większość facetów nie potrafi znaleźć do nich klucza”¹⁴⁵, a T. Parsons radził: „Gdy na widok mężczyzny serce nie przyspiesza, czas odejść, przekonać się, ile jest warte życie bez niego. Czasem miłość każe nam wrócić”¹⁴⁶.

¹³⁶ [br aut.], *Jak kobieta z kobietą*, „Twój Styl” 2004, nr 12, s. [24].

¹³⁷ [br aut.], *Przez lenistwo do kariery*, „Twój Styl” 2004, nr 10, 26.

¹³⁸ [br aut.], *Wyrocznia przemówiła*, „Twój Styl” 2004, nr 11, s. 22.

¹³⁹ [br aut.], *Suknie mówią*, „Twój Styl” 2003, nr 9, s. 107.

¹⁴⁰ [br aut.], *Kanclerzowa pisarką*, „Twój Styl” 2001, nr 12, s. 32.

¹⁴¹ [br aut.], *Księżniczka i pisarz*, „Twój Styl” 2001, nr 6, s. [214].

¹⁴² [br aut.], *Z nami znajdziecie w Internecie*, „Twój Styl” 2002, nr 9, s. 20.

¹⁴³ [br aut.], *Nowe rosyjskie księżniczki*, „Twój Styl” 2005, nr 5, s. 18.

¹⁴⁴ [br aut.], *Muza księcia Henryka*, „Twój Styl” 2001, nr 2, s. 146.

¹⁴⁵ „Twój Styl” 2001, nr 8, s. [18].

¹⁴⁶ „Twój Styl” 2004, nr 4, s. 22.

Pojawiały się też inne informacje. Na przykład, cytując dane Instytutu Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej z 2000 r., podawano „Fakty i liczby” dotyczące kontaktów Polek z książką. Największy (45) procent dotyczył kobiet, które przez ostatni rok nie miały w ręku książki, a wśród tych, które czytają, 20% stanowiły miłośniczki romansów i powieści obyczajowych¹⁴⁷. Być może po to, by skierować zainteresowania płci pięknej na szersze tory, poszerzyć jej horyzonty poza typową dlań lekturę, informowano o stronie internetowej, na której czytelniczki mogły odnaleźć słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych W. Kopalińskiego, będący częścią encyklopedii multimedialnej¹⁴⁸ czy o ukazaniu się atlasu *Drogi Europy*¹⁴⁹.

Formę krótkich notek przybierały także zazwyczaj informacje dotyczące ekranizacji czy inscenizacji znanych dzieł. Takich kilkudzaniowych wzmianek, przeważnie o charakterze czysto informacyjnym, było w piśmie 45. Poza dwoma wyjątkami, wszystkie zamieszczono w ramach działu kulturalnego, przeważnie w obrębie kolumny *W kadrze. Co się kręci?* bądź *Karnetu teatralnego*. Pełniły one istotną funkcję przewodnika po bieżących lub mających się dopiero odbyć wydarzeniach kulturalnych. Czytelnicy dowiadywali się na przykład o adaptacji takich powieści, jak *Solaris* St. Lema, *Afrodyty* I. Allende, *Bridget Jones* H. Fielding, o premierze *Starej baśni* według Józefa I. Kraszewskiego, ale i o radiowej wersji *Operetki* Witolda Gombrowicza, inscenizacji *Ślubów panińskich* Aleksandra Fredry, wystawieniu *Matki Joanny od Aniołów* na podstawie opowiadania Jarosława Iwaszkiewicza czy nietypowym, bo „lalkowym” przedstawieniu *Makbeta* na VI Festiwalu Szekspirowskim w Gdańsku. W większości przypadków na końcu wzmianki podawano informacje organizacyjne dotyczące danej imprezy. Pomimo że niewielkie objętościowo, niemal w każdym przypadku, posiadały swoje odrębne tytuły, których celem miało być zwrócenie uwagi czytelnika na tę właśnie informację. Niektóre zdawały się realizować to założenie z powodzeniem, na przykład¹⁵⁰: *Aniołek z temperamentem*, *Anioły i demony w błocie*, *Dziewczynka patrzy na dorosłych*, *Nie widzę ciebie*, *Ofelio*, *Tam Raj twój, gdzie Ewa twoja*, *Trzy wcielenia kobiety*.

Niestety, brakowało analogicznych informacji dotyczących na przykład spotkań autorskich czy targów książki lub innych imprez związanych z książką. A nie były to kwestie obojętne dla czytelników: o tym, że interesowała ich kultura, literatura, świadczyły listy do redakcji. Co prawda,

¹⁴⁷ [br aut.], *Fakty i liczby*, „Twój Styl” 2001, nr 10, s. 42.

¹⁴⁸ [br aut.], www.slownik-online.pl, „Twój Styl” 2002, nr 12, s. 28.

¹⁴⁹ [br aut.], *Z atlasem po drodze*, „Twój Styl” 2002, nr 11, s. 229.

¹⁵⁰ Kolejno: „Twój Styl” 2004, nr 9, s. 115; 2002, nr 9, s. [131]; 2003, nr 9, s. 116; 2004, nr 4, s. [149]; 2003, nr 9, s. 116; 2001, nr 1, s. [88].

reakcji dotyczących tekstów związanych z książką było niewiele, szczególnie w porównaniu z oddźwiękiem odbiorców na publikacje związane choćby ze zdrowiem czy urodą, niemniej jednak istniały. Przykładem może być list czytelnika odnoszącego się do tekstu opowiadającego o V. Woolf¹⁵¹. Żywe reakcje budziły także teksty M. Gretkowskiej¹⁵².

Kontakt z czytelnikami był niezwykle istotny dla redakcji „Twojego Stylu”. Ich przywiązanie do pisma miały również wzmocnić liczne konkursy, organizowane systematycznie bądź cyklicznie.

3.3.3.4.3. *Książka w prezencie*¹⁵³ Konkursy i akcje

Magazyn był organizatorem wielu akcji i przedsięwzięć, ale niewiele z nich było związanych z krzewieniem literatury czy promocją książki¹⁵⁴. Największe przedsięwzięcia, inicjowane przez redakcję pisma dotyczyły kwestii, kojarzonych na ogół przede wszystkim z publicznością kobiecą, na przykład wspomniany plebiscyt m.in. na *Doskonałość Roku Twojego Stylu*. Cenna i ważna była także opisana powyżej akcja *Zdążyć przed rakiem. Październik miesiącem szansy* lub *Lekarz Przyjacielem Kobiety*.

Akcje, które można łączyć z problematyką książki, dają się ująć w trzy kategorie:

- 1) jednorazowe pomysły lub takie, w których periodyk był współorganizatorem albo jedynie pośrednikiem;
- 2) cykliczne paraliterackie konkursy;
- 3) minikonkursy, nawiązujące do przeczytanego tekstu, gdzie nagrodą były książki.

W grupie pierwszej znalazł się pomysł dopisania dalszego ciągu do książki K. Grocholi¹⁵⁵. Na autorki najciekawszych tekstów czekało 20 egzemplarzy tytułu *Ja wam pokażę!* Innym pomysłem¹⁵⁶ był konkurs na opowiadanie: *Moje życie z Małym Fiatem*. Czytelnicy mieli opisać najzabawniejszą przygodę, w której rolę bohatera odgrywał samochód tej marki, zaś

¹⁵¹ D. Radwańska, *Czego się bała Virginia Woolf*, „Twój Styl” 2002, nr 1, s. [16].

¹⁵² Zob. np. Anna C., *Czytam o sobie*, „Twój Styl” 2002, nr 3, s. [10]; K. Paluchowicz, *Urok zmęczonej skandalistki*, „Twój Styl” 2002, nr 3, s. [10].

¹⁵³ „Twój Styl” 2001, nr 8, s. [107].

¹⁵⁴ Warto przypomnieć, że w 1992 r. „Twój Styl” ustanowił Literacką Nagrodę Safony. Jury, złożone z profesjonalnych krytyków, miało (po uwzględnieniu głosów czytelników, zaproszonych do udziału w plebiscycie) corocznie wyłaniać utwór literacki, autorstwa współczesnej polskiej pisarki. Laureatką nagrody za rok 1992 została I. Krzywicka za książkę *Wyznania gorszycielki*. Konkurs ten miał tylko jedną edycję.

¹⁵⁵ [br. aut.], *Miłość czy zdrada?*, „Twój Styl” 2004, nr 4, s. [156].

¹⁵⁶ Realizowanym wspólnie z Firmą Fiat.

nagrodą był nowy model Fiata Punto oraz publikacja najlepszego tekstu w jednym z numerów periodyku¹⁵⁷.

Kolejnym pomysłem, który miał pobudzić czytelników magazynu do twórczości literackiej, była propozycja opisanie swojej podróży marzeń. „Twój Styl”, wraz z British Airways wybrał osiem najciekawszych prac, a ich autorki spędziły w nagrodę weekend w Londynie. Relacja z pobytu, uzupełniona zdjęciami, znalazła się w jednym z numerów miesięcznika¹⁵⁸.

Natomiast wraz z firmą kosmetyczną Dove zaproponowano czytelnikom napisanie opowiadania, minieseju bądź listu, który odpowiadałby na pytanie: Kiedy współczesna kobieta najbardziej czuje się kobietą?¹⁵⁹. Nagrodą dla trzech najlepszych autorek był tygodniowy pobyt w spa, pozostałe 100 osób otrzymało zestawy kosmetyków, ufundowane przez sponsora.

Podobny charakter miał konkurs organizowany przez „Twój Styl” i firmę Avon. Czytelnicy magazynu mieli za zadanie opowiedzieć o swojej pierwszej dojrzałej miłości; nagrodą był wyjazd dla dwóch osób do Paryża¹⁶⁰ oraz 20 nagród pocieszenia w postaci wód perfumowanych od sponsora.

Periodyk był jednym z patronów medialnych następnego ciekawego pomysłu: na pierwszą nowelę internetową, tworzoną wspólnie z czytelnikami¹⁶¹. Na łamach pisma znalazła się również informacja o konkursie Towarzystwa Ubezpieczeniowego na tekst z użyciem słowa „życie”¹⁶².

W drugiej grupie znalazły się takie inicjatywy, jak na przykład konkurs poetycki na wiersz o miłości. Po raz pierwszy został zorganizowany w 1998 r. W odpowiedzi na trzecią edycję ogłoszoną wspólnie z firmą Lancôme redakcja otrzymała 9 tys. wierszy¹⁶³. Podsumowaniem trzech edycji było wydanie nakładem „Twojego Stylu” i Lancôme tomu poezji *Kochaj wierszem*, stanowiącego antologię wybranych utworów czytelniczek pisma.

Od 1998 r. organizowano konkurs na dziennik *Miesiąc z życia kobiety*. Druga edycja odbyła się po przerwie, w 2000 r. Obydwie spotkały się z żywym odzewem czytelniczek, ukazując „rozmaitość naszej codzienności, wielkie zmiany i wielkie nadzieje. W intymnych zapiskach zawarła się

¹⁵⁷ A. Gaj, *Rozstrzygamy konkurs Moje życie z Małym Fiatem*, „Twój Styl” 2001, nr 4, s. 212.

¹⁵⁸ A. Tomiak, *Herbatka w Harrodsie*, „Twój Styl” 2001, nr 11, s. [242]–[243].

¹⁵⁹ [br. aut.], *Oblicza kobiecości*, „Twój Styl” 2001, nr 9, s. [186].

¹⁶⁰ Tekst nagrodzonego opowiadania, zob. np. [br. aut.], „Twój Styl” 2005, nr 4, s. [144]. Na sąsiedniej stronie pojawiła się jednocześnie zachęta do udziału w kolejnym konkursie, organizowanym przez „Twój Styl” i firmę Avon – tym razem na napisanie (w dowolnej formie literackiej) wyznania miłości. Zob. „Twój Styl” 2005, nr 4, s. [145].

¹⁶¹ [br. aut.], *Co robi Martyna?*, „Twój Styl” 2002, nr 11, s. 254.

¹⁶² [br. aut.], *Życie po fińsku*, „Twój Styl” 2002, nr 11, s. [36].

¹⁶³ [br. aut.], *Kocham wierszem*, „Twój Styl” 2001, nr 3, s. [96].

prawda czasu, ale również subiektywna prawda kobiecych przeżyć i odczuć¹⁶⁴. Rozpoczynając dwa lata później kolejną odsłonę, redakcja pytała „Jakie jesteśmy dziś, u progu XXI wieku? Co przynosi nam dzień za dniem? Jak patrzemy na własne duże i małe dramaty? W czym odnajdujemy przyjemność i szczęście?”, przekonując jednocześnie, że „nie ma rzeczy nieciekawych, a wszystko, co szczerze ukazuje uciekający czas, może stać się bezcennym dokumentem”¹⁶⁵. Za każdym razem przyznawano nagrodę główną (na przykład w 2002 r. był nią laptop) i wyróżnienia. Teksty laureatek drukowano w kilku następnych numerach magazynu¹⁶⁶. Dzienniki, opisujące osobiste przeżycia, radości i smutki, sukcesy i porażki, stanowiły jednocześnie dowód na to, jak w przeciągu kilku lat zmieniła się sytuacja i wizerunek kobiety w Polsce, postrzeganie jej roli w małżeństwie, charakter jej priorytetów i wyborów.

W 2005 r. magazyn zaproponował swoim czytelnikom kolejny konkurs, połączony z akcją, której celem było promowanie równych praw dla kobiet w pracy. Miały one zgłaszać swoje kandydatury do wspomnianego już tytułu Firmy w Twoim Stylu. Jednocześnie niezadowoleni ze swoich pracodawców mogli o nich napisać do miesięcznika. Akcji towarzyszyły wywiady ze specjalistami oraz zarówno z zadowolonymi, jak i ze zniechęconymi „kobietami pracującymi”, drukowane obok wyróżnionych historii, przysyłanych przez czytelniczki, opisujące swoją pracę.

Trzecia grupa akcji była najliczniejsza. Często pod tekstem wywiadu, reportażu, portretu lub innej publikacji pojawiała się propozycja, kierowana do czytelników. Miała ona dwojaki charakter. Zachęcano ich do napisania tekstu (listu, minieseju, krótkiego opowiadania), nawiązującego do poruszonej tematyki, na przykład będącego odpowiedzią na pytanie: Jak pokochać teściową?¹⁶⁷, Czy w domu bez mężczyzn można nauczyć się miłości?¹⁶⁸, Czym jest dla Ciebie feminizm?¹⁶⁹. Zazwyczaj nagrodami dla najciekawszych prac były książki, przeważnie ufundowane przez dane wydawnictwo, nierzadko z autografem autora.

¹⁶⁴ [br. aut.], *Ogłaszamy konkurs na dziennik Miesiąc z życia kobiety*, „Twój Styl” 2002, nr 2, s. [121].

¹⁶⁵ *Ibidem*.

¹⁶⁶ Na przykład w jednym z numerów dołączono 16 dodatkowych stron, przeznaczonych wyłącznie na prezentację pięciu wybranych prac. Zob. „Twój Styl” 2001, nr 1, s. [97]–112.

¹⁶⁷ Tekst nagrodzonej pracy, zob. „Twój Styl” 2001, nr 4, s. [236].

¹⁶⁸ Nagrodą dla 10 czytelniczek była książka J. Olczak-Ronikier, *W ogrodzie pamięci*, „Twój Styl” 2001, nr 12 s. 87.

¹⁶⁹ Także w tym przypadku nagrodą była książka, tym razem od Wydawnictwa W.A.B.: A. Graff: *Świat bez kobiet*, z dedykacją autorki, zob. „Twój Styl” 2002, nr 3, s. 48.

Drugim wariantem była prośba o udzielenie krótkiej odpowiedzi na pytanie, również dotyczące przeczytanej publikacji, zaś nagrodą było kilka (zazwyczaj 10) egzemplarzy książek. Były one także jedną z nagród za prawidłowe rozwiązanie krzyżówki, zamieszczonej na jednej z ostatnich stron pisma.

Warto wspomnieć o tym, że „Twój Styl” był współorganizatorem Nagrody im. Barbary Łopieńskiej za najlepszy wywiad prasowy¹⁷⁰.

Niektóre z konkursów miały charakter podobnych do organizowanych przez miesięcznik „Zwierciadło”. W każdym z przypadków rozwijały potencjalne zdolności literackie u czytelników oraz zacieśniały ich więzi z wybranym periodykiem.

3.3.4. *Jadę tam, gdzie wojna*¹⁷¹. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Podobnie, jak było to w przypadku „Zwierciadła”, tak i na łamach „Twojego Stylu” w ciągu 5 lat pojawiło się niewiele publikacji, związanych z rynkiem prasowym. W omawianym magazynie znalazło się ich zaledwie 9. Zamieszczano natomiast znacznie więcej reklam i autoreklam innych czasopism. W 127 anonsach pojawiło się 25 tytułów różnych periodyków, przy czym najczęściej promowano nowe tytuły Wydawnictwa Twój Styl. Wśród czasopism polecanych czytelnikom znalazły się m.in.: „Businessman Magazine” (5 razy), „Filipinka” (18), „Mam dziecko” (wcześniej jako „Mama i dziecko”, 9), „Newsweek Polska” (5), „Polityka” (13), „Świat kobiety” (5), „Votre Beauté” (14), „Wprost” (1). W większości przypadków były to jednostronicowe reklamy, prezentujące okładkę wybranego numeru, niekiedy uzupełnione hasłem reklamowym. Jednym z wyjątków były reklamy tygodnika „Polityka”. Niewielka liczba elementów, ale zwracające uwagę wyrazisty kolor i hasło przykuwały wzrok – zdjęcia 119–121.

¹⁷⁰ [br. aut], *Nagroda od Basi*, „Twój Styl” 2004, nr 12, s. [24].

¹⁷¹ R. Cook, tłum. A. Szokal, *Jadę tam, gdzie wojna*, „Twój Styl” 2002, nr 2, s. [62]–67.



Zdjęcie 119. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2005, nr 11, s. [251]



Zdjęcie 120. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2002, nr 9, s. [138]



Zdjęcie 121. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2003, nr 4, s. [135]

Uwagę zwracała nasycona barwa anonsów, które zajmowały z reguły kolumnę, rzadziej całą stronę magazynu oraz hasła reklamowe (w przypadku trzeciego anonsu).

Na łamach „Twojego Stylu” znalazły się również reklamy rywali tygodnika „Polityka”: „Wprost” oraz „Newsweek Polska” – zdjęcia 122 i 123.



Zdjęcie 122. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”
„Twój Styl” 2003, nr 12, s. [235]



Zdjęcie 123. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”
„Twój Styl” 2003, nr 8, s. [102]

W obydwu reklamach znalazły się zdjęcia: w przypadku pierwszej ich bohaterem był dziennikarz „Wprost”, Robert Makłowicz, w drugiej zachętą miały być okładki wybranych numerów periodyku. Za każdym razem ich uzupełnieniem było hasło reklamowe. Interesującą formę promocji zastosował wydawca „Newsweek Polska” w innym numerze „Twojego Stylu”. Zaproponowano czytelnikowi fragment ciekawego wywiadu, przerwano go w połowie zdania, a u dołu strony znalazła się informacja, że jego dokończenie odnaleźć można na łamach „Newsweeka”¹⁷².

Nierzadko pojawiały się również reklamy całostronicowe. Tak było w przypadku pisma „Mama i Dziecko” (zdjęcie 124).

Z reguły głównym elementem ogłoszenia była okładka zapowiadanego numeru pisma, z anonsującą jego treść adnotacją.

¹⁷² Zob. „Twój Styl” 2004, nr 1, s. [151].



Zdjęcie 125. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2003, nr 4, s. [133]



Zdjęcie 126. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” „Twój Styl” 2001, nr 11, s. [223]

W obydwu przypadkach uwagę odbiorcy zwracały hasła reklamowe: „Zostań rekinem biznesu” czy prowokujące „Osiągnięcie zwycięstwa w zwykły sposób nie stanowi szczytu osiągnięć”. Tytuł proponowanego periodyku nie był tu głównym punktem reklamy, pojawiał się niejako „przy okazji”, przy czym w drugim przypadku uwagę odbiorcy przykuwało zdjęcie kobiety, jej elegancja i nietypowa torebka, sugerujące, że czytelniczki „Twojego Stylu” łatwiej osiągną sukces, jeśli zaopatrzą się wcześniej w promowany periodyk.

Podobnie skromne, ale jednocześnie sugestywne były przywoływane we wcześniejszych rozdziałach pracy reklamy pisma adresowanego do miłośników zwierząt oraz bogatsze w elementy ogłoszenia, promujące znany miesięcznik, adresowany do dziewcząt (zdjęcie 127 i 128).

I w tych reklamach, podobnie jak w poprzednich, tytuł polecanego czasopisma nie był najważniejszym elementem; stanowił raczej dopełnienie treści dominujących w inseracie: w pierwszym przypadku były nim postacie zwierząt, w drugim sylwetka potencjalnej adresatki pisma. Hasło reklamujące „Filipinkę” było jednocześnie znakiem dla czytelniczek, za którym kryła się informacja o zmianie wydawcy pisma (stał się nim H. Bauer). Była to zatem forma autopromocji nowego wydawcy „Twojego Stylu”.

jako romantyczne historie z tragicznymi bohaterkami w rolach głównych, przeżywającymi nieszczęśliwą miłość.

Badania wykazały jednocześnie brak nie tylko głębszych analiz (widocznych na łamach przedstawionej wcześniej prasy opinii), ale także ogólnych informacji o wydarzeniach literackich, takich jak np. targi książki, spotkania autorskie itd.

Zarówno sylwetki twórców, jak i wzmianki dotyczące książek zdaje się łączyć jedno kryterium: element nietuzinkowości, coś, co zaintryguje czytelnika, zatrzyma jego uwagę na dłużej. Bohaterowie portretów to osoby nieprzeciętne, nierzadko niepospolite, często są nimi silne kobiety. Notki informacyjne to także wzmianki o czymś niezwykłym, można powiedzieć, takie, które powinny pojawić się w zestawieniach największych ciekawostek roku, stanowiące dopełnienie plotek ze świata filmu, mody i urody. Brakowało rzetelnych informacji, żywszej reakcji czytelników na kwestie związane z literaturą, choć jednocześnie pojawiały się listy komentujące innego typu publikacje, pojawiające się na łamach pisma.

Jednocześnie w tekstach nas interesujących brakowało niejednokrotnie znaków interpunkcyjnych, wyraźna jest szczególnie niechęć autorów „Twojego Stylu” do przecinków i znaków zapytania.

Można odnieść wrażenie, że informacje o książce spełniać miały rolę dobrze dobranej broszki bądź kolorowego kwiatka do wytwornej sukni eleganckiej kobiety, jaką z założenia redakcji była czytelniczka „Twojego Stylu”.

3.4. „Elle”. *Rzeczywistość lukrowana*¹

3.4.1. *Mój wybór, moje „Elle”*²: historia periodyku

„Elle” zdaje się pismem najbardziej oderwanym od rzeczywistości. Można odnieść wrażenie, że magazyn ten pisany jest w konwencji romansu: wszyscy wiemy, że fabuła jest nieprawdopodobna, ale umówiliśmy się, że wierzymy, bo to jest ładne³.

Trzeci periodyk adresowany do kobiet, stanowiący przedmiot rozważań w tym rozdziale, jest najmłodszym z omawianych pism prezentowanej grupy. Podobnie jak „Newsweek Polska” stanowi przykład tytułu znanego wcześniej na świecie, w Polsce zaś wydawanego na licencji. Należy do grupy ekskluzywnych periodyków dla kobiet, choć jego charakter, w porównaniu z wcześniej omawianymi czasopismami, jest nieco inny, bardziej jednostronny. Nie doczekał się zbyt wielu opracowań czy komentarzy, zaś pojawiające się wzmianki (szczególnie w prasie branżowej) dotyczyły zazwyczaj wydawcy, nie zaś samego pisma. Brak w historii magazynu spektakularnych zwrotów czy efektownych epizodów: określony wraz z pierwszym numerem wzorzec, raz sprawdzony, zdawał się pozostawać niemal niezmienny, podobnie jak kierunek polityki redakcyjnej.

„Elle” (w języku polskim oznacza „ona”), bo o nim mowa, to polska edycja francuskiego pisma, wydawanego od 21 listopada 1945 r. Założone ono zostało przez Pierre’a Lazareffa i jego żonę Héléne Gordon. W pierwszym numerze znalazły się informacje dotyczące bieżących wydarzeń, przybliżono czytelnikom trendy ówczesnej mody oraz przedstawiono sylwetki znanych osób. Magazyn, odtąd kojarzony przede wszystkim z modą, szybko odniósł olbrzymi sukces, najpierw we Francji, a później, dzięki kolejnym wydaniom, także w innych krajach. Pierwsza zagraniczna edycja ukazała się w USA, w 1985 r.

Na rynku prasowym w Polsce pierwszy numer magazynu (o objętości 146 stron) ukazał się w październiku 1994 r. Na okładce znalazło się zdjęcie światowej sławy modelki, Barbary Milewicz. Wydawcą została spółka Elle-Polska, w której jedną połowę udziałów posiadało Wydawnictwo Prasowe

¹ Tytuł jednej z publikacji. Zob. B. Zubowicz, *Rzeczywistość lukrowana*, „Rzeczpospolita” 1997, nr 182, s. 4.

² Tytuł listu jednej z czytelniczek, wydrukowany z okazji jubileuszowego wydania magazynu. Zob. „Elle” 2009, nr 11, s. 12.

³ B. Zubowicz, *Rzeczywistość...*, s. 4.

Twój Styl⁴, a drugą francuska firma Hachette Filipacchi Polska, znajdująca się w strukturach holdingu Lagardère⁵. Prezesem spółki został Roman Wysocki. Siedziba redakcji oraz wydawcy znajdowała się w Warszawie, przy ulicy Świętojerskiej 5/7 (podobnie jak miesięcznika „Twój Styl”). Pierwszą redaktorką naczelną została Maria Majdanowicz-Pijanowska, a jej zastępcą Marzena Wilkanowicz-Devoud. Funkcję sekretarza redakcji pełniła Krystyna Stankiewicz, zaś dział kulturalny tworzyć miały Manuela Gretkowska oraz Agnieszka Różycka. Zabrakło, tradycyjnego w takich sytuacjach, „słowa od redakcji”.

Trzecie wydanie trafiło do czytelników w objętości 162 stron. W tym czasie koncern wprowadził już kolejne edycje magazynu w innych krajach: „Elle” włoska, brytyjska i niemiecka dowodziły rozległych zamierzeń francuskiego właściciela.

Kolejne numery wydania polskiego cieszyły się coraz większą popularnością, o czym świadczył nie tylko wzrastający nakład, ale także drukowane na łamach pisma listy:

To wspaniałe, że można kupić polskie wydanie miesięcznika „Elle”. Jestem z tego powodu bardzo szczęśliwa, ponieważ moje zainteresowania związane są z modą i kosmetykami. Uważam, że jesteście naprawdę wspaniałym pismem – ciekawym i pięknie wydawanym⁶.

Mam duże uznanie dla „Elle”. W czasie mojego rocznego pobytu we Francji czytywałam „Elle”. Byłam bardzo szczęśliwa, gdy zobaczyłam „Elle” w wersji polskiej. Ma ono ten charakterystyczny dla kultury francuskiej element lekkości, pewnej frywolności oraz wyrafinowania i szlachetnej subtelności⁷.

Jakby dla równowagi zamieszczano także uwagi krytyczne, nadsyłane przez czytelniczki:

⁴ Zob. rozdz. 3.3, s. 375.

⁵ Koncern Lagardère CSA (Lagardère Groupe) – francuski holding (założony w 1980 r. przez Jeana Luca Lagardère’a), na który składają się: koncern medialny Lagardère Media oraz 15% udziałów w EADS – europejskiej agencji kosmicznej i lotniczej. W ramach Lagardère Media funkcjonuje francuska grupa medialna Hachette, której najbardziej znaną częścią jest Wydawnictwo Hachette Livre, ponadto w skład grupy wchodzi: Hachette Filipacchi Médias (wcześniej Hachette Filipacchi Presse), wydające czasopisma oraz Hachette Distribution Services (HDS), zajmujące się dystrybucją. Częścią międzynarodowej grupy wydawniczej Hachette (skupiającej wydawnictwa m.in. z Francji, Hiszpanii, Włoch, Japonii) jest Wydawnictwo Hachette Polska sp. z o.o. Powstało ono w 2000 r. w efekcie zakupu przez Groupe Hachette Livre polskiego wydawnictwa Wiedza i Życie.

⁶ „Elle” 1995, nr 1, s. [6].

⁷ *Ibidem*.

Jakże jestem rozczarowana pierwszym polskim wydaniem „Elle”. Spodziewałam się, że będziecie prawdziwym pismem dla kobiet w Polsce. Chyba nie ma sensu używanie tytułu, który w oryginale zawiera tyle treści⁸.

Takich głosów było jednak znacznie mniej, a przynajmniej znacznie rzadziej drukowano je na łamach magazynu.

Objętość kolejnych numerów pozostawała niezmienna, w przeciwieństwie do składu redakcji. Od numeru 4 w 1995 r. zamiast nazwiska Marii Majdanowicz-Pijanowskiej w stopce redakcyjnej pojawiła się informacja, że dyrektorem wydania jest Krystyna Kaszuba⁹, zaś zastępcą, nieistniejącego przez kilka miesięcy stanowiska redaktor naczelnej nadal pozostawała Marzena Wilkanowicz-Devoud, ale wraz z nią ciężar odpowiedzialności miał odtąd spoczywać na Manueli Gretkowskiej. Kolejne roszady personalne nastąpiły w numerze listopadowym w tym samym roku, kiedy wydawca zdecydował się nominować M. Wilkanowicz-Devoud na stanowisko redaktor naczelnej. Kierowała ona magazynem przez następne 13 lat. Natomiast M. Gretkowska pełniła dotychczasową funkcję do końca 1996 r., kiedy została dyrektorem literackim magazynu, a jej obowiązki przejęła Katarzyna Dolińska.

W październiku 1996 r. francuski koncern odkupił od polskiego udziałowca 50% udziałów, stając się pełnym właścicielem magazynu. Odtąd jego wydawcą był Hachette Filipacchi Polska. Prezesem nowej spółki został Pierre Todorov, zaś dyrektorem generalnym Jan Dybczyński. Od stycznia 1997 r. zmienił się także adres redakcji i wydawcy; nowa siedziba mieściła się odtąd przy ulicy Pruszkowskiej 1 w Warszawie. Wraz ze zmianą właściciela zwiększyła się średnia objętość numeru pisma: do końca lat 90. XX w. wynosiła ona 169 stron. Do miesięcznika zaczęto dołączać dodatki specjalne, na przykład w numerze 3 (1997) były to *Światowe kolekcje wiosna-lato 1997*, w wydaniu sierpniowym tegoż roku do czytelników trafił dodatek *Gry i testy na plażę*. W 1997 r. po raz pierwszy do numeru dołączono damską torbę z logo tytułu. Być może dzięki tym posunięciom sprzedaż magazynu systematycznie rosła¹⁰. W 1997 r. wydawca wprowadził na rynek kolejny tytuł: „Samo Zdrowie”, periodyk o charakterze poradnikowym.

W lutym 1998 r. dotychczasowego prezesa Hachette Filipacchi Presse zastąpił Gérald de Roquemaurel. Od numeru październikowego w 1998 r. Katarzynę Dolińską zmieniła na stanowisku zastępcy redaktora naczelnego Anna Moczulska. W tym czasie magazyn obecny był już także m.in. w Hiszpanii, Rosji, Singapurze, Szwajcarii i Szwecji. Z kolei z edycją polską współpracowało coraz więcej osób. Idąc w ślady pism o podobnej formule,

⁸ *Ibidem*.

⁹ Współpracująca wcześniej zarówno z miesięcznikiem „Zwierciadło”, jak i „Twój Styl”.

¹⁰ W latach 1996–1997 wzrosła o 34%. Zob. „Media Polska” 1998, nr 6, s. [25].

redakcja zaczęła drukować stałą rubrykę: *W tym numerze piszą*, gdzie krótko prezentowała sylwetki autorów periodyku: niektórzy z nich nawiązywali stałą współpracę z magazynem, nazwiska innych pojawiały się na łamach miesięcznika sporadycznie lub jednorazowo. Wśród współpracowników magazynu znaleźli się m.in.: Bohdan Bielski, Tessa Capponi-Borawska, Agnieszka Chylińska, Zygmunt Kałużyński, Jarosław Kret, Maciej Kuroń, Izabella Kurzajewska, Wojciech Mann, Maria Nurowska, Maria Pakulnis, Ludwik Stomma, Teresa Torańska i Maciej Zembaty. W tym czasie poszerzył się zespół dziennikarzy, tworzących dział kulturalny: jego szefem nadal pozostawała A. Różycka, pomagali jej m.in. Maria Barcz, Bogusław Deptuła, Piotr Gruszczyński, Jan Hryniewicz, Małgorzata Saramonowicz i Artur Żmijewski.

W 1998 r. Hachette Filipacchi Polska stał się właścicielem kolejnego czasopisma: tym razem był to magazyn „Film”. Natomiast czytelnicy „Elle” zaczęli przyzwyczajać się do specjalnego, bogato ilustrowanego dodatku „Elle Deco”, z którego w 2000 r. stworzono odrębny periodyk. Był to bardzo korzystny, choć jednocześnie trudny dla magazynu rok. Na rynku pojawiły się konkurencyjne pisma: „Marie Claire”, „Oliwia” i „Votre Beauté”. Mimo to J. Dybczyński podsumowywał: „w konkurencji odnotowaliśmy dobre wyniki. Istotne jest też, że udało się nam zmienić wizerunek >Elle<. Uświadomiliśmy czytelniczkom, że jesteśmy wypełnieni treścią, a nie błahymi ciekawostkami”¹¹. Zainteresowanie odbiorców znalazło swoje odzwierciedlenie także w dynamicznym wzroście przychodów z reklam¹².

Z okazji pięciolecia pisma wydawca zorganizował urodzinową imprezę, połączoną z rozdaniem nagród „Elle”. W jubileuszowym felietonie W. Mann pisał o magazynie: „Lubię go dlatego, że istnieje na naszym rynku w sposób niehałaśliwy, bez umizgów wobec czytelników. Nie epatuje tanią sensacją, uczy, krótko mówiąc, elegancji”¹³.

W tym też roku (1999) magazyn zaistniał w Internecie, a redakcja przekonywała czytelników:

To świetna zabawa – zamiast przewracać kartki, klikasz w klawiaturę i od razu znajdujesz tekst, który Cię interesuje. Wszystkie nowinki ze świata „Elle” mogą przychodzić do Ciebie pocztą elektroniczną. Wystarczy je zaprenumerować, podając w odpowiednim okienku swój e-mail. Dzięki odsyłaczowi World Wide Elle porównasz różne wersje narodowe naszego pisma. A jeśli zechcesz, możesz tu założyć własną stronę internetową, a nawet zrobić zakupy w naszym wirtualnym butik¹⁴.

¹¹ K. Prewęcka, *Kadr po kadrze*, „Media Polska” 1998, nr 12, s. 36.

¹² P. Walicki, *Beczka z piątą klepką*, „Media Polska” 1998, nr 5, s. 22.

¹³ W. Mann, *Plan pięcioletni wykonany*, „Elle” 1999, nr 10, s. 58.

¹⁴ [br. aut.], *Elle w sieci*, „Elle” 1999, nr 6, s. 44.

W 2000 r. nastąpiły kolejne roszady personalne w redakcji: M. Moczulską zastąpiły Ewa Siemieńska i Ewa Sypniewska. W tym samym roku w ofercie wydawnictwa znalazł się nowy periodyk, dotąd częściowo znany czytelnikom „Elle” jako dodatek: „Elle Decoration”, teraz jako ekskluzywny dwumiesięcznik poświęcony wnętrzom.

W 2001 r. na rynku pojawił się kolejny tytuł wydawcy „Elle”. Tym razem był to ekskluzywny miesięcznik adresowany do mężczyzn: „Maxim” (zawieszony w 2003 r.). Redakcja nie omieszkła także poinformować swoich czytelników, że w sierpniu ukaże się we Francji nowe pismo dla nastolatek „Elle Girl”¹⁵. Przygotowano wówczas po raz pierwszy kolekcję ubrań, na sezon jesienno-zimowy 2001, sygnowaną logo „Elle” i otwarto pierwszy butik, gdzie wybrane rzeczy można było nabyć.

Natomiast kolejny, 2002 r., nie był korzystny dla „Elle”, co wynikało z faktu, że sytuacja finansowa całej spółki była zła (pomimo że reaktywowała ona „Marie Claire”). Straty sięgnęły ponad 5 mln zł¹⁶. Wydawca, Hachette Filipacchi Polska, podjął decyzję o zmianie dyrektora generalnego: w 2003 r. J. Dybczyńskiego zastąpił Guillaume Devoud, mąż redaktor naczelnej pisma. Jakkolwiek tendencja spadkowa została częściowo zahamowana, to jednak w roku następnym (2004) „Elle” straciło zajmowane dotąd trzecie miejsce wśród luksusowych miesięczników kobiecych, jego miejsce zajął inny magazyn („Glamour”). Utrata prestiżowej pozycji wynikała w dużym stopniu według specjalistów z faktu, że „Wydawnictwo dumnie nie przyłączyło się do wojny gadżetowej, nie prowadziło też szerokich kampanii promocyjnej swoich tytułów”¹⁷ (wyjątek stanowiły torby z logo pisma lub sporadycznie dołączane doń próbki kosmetyków). Nowy dyrektor generalny przedstawił własny plan strategii przedsiębiorstwa, zaakceptowanej przez wydawcę, który przeznaczył na reklamę swoich tytułów kwotę 10 mln zł¹⁸. Miały one przynieść w perspektywie poprawę sytuacji wydawnictwa na rynku oraz wpłynąć na wzrost sprzedaży poszczególnych tytułów. Jednak plany nie przyniosły oczekiwanych rezultatów: w grudniu 2005 r. G. Devoud na zebraniu w siedzibie firmy ogłosił, że „Marie Claire” przestaje się ukazywać. Czas pokazał, że był to wstęp do większych zmian, które objęły także stanowisko dyrektora generalnego. Hachette Fillipacchi rozpoczęło rozmowy z Wydawnictwem Burda Polska¹⁹ i w 2006 r. utworzono spółkę, w której wydawca znanego miesięcznika z wykrojami miał większościowy, 51% udział, ale francuska centrala Hachette zachowała meryto-

¹⁵ [br. aut.], *Młodsza siostra*, „Elle” 2001, nr 9, s. [49].

¹⁶ A. Nalewajk, *Zadyszka*, „Press” 2004, nr 5, s. 40.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*, s. 42.

¹⁹ Warto zwrócić uwagę, że w wydawnictwie Burda funkcję doradcy Zarządu ds. edytorskich pełniła w tym czasie K. Kaszuba, była redaktor naczelna „Twojego Stylu”.

ryczną kontrolę nad swoimi tytułami. Flagowy tytuł, „Elle” zajmował w tym czasie czwarte miejsce pod względem sprzedaży w segmencie pism kobiecych „z górnej półki” (za „Twoim Stylem”, „Glamour” i „Cosmopolitan”) i drugą pozycję pod względem przychodów z reklam²⁰.

Lepiej radziły sobie edycje magazynu w innych krajach. Na koniec 2005 r. takich wydań było 38, a periodyk czytało 21 mln odbiorców na pięciu kontynentach²¹. Jednak, jak przyznał Zbigniew Napierała, prezes Edipresse Polska SA, „W Polsce, po tylu latach, >Elle< także powinna mieć lepszą pozycję”²², a sytuacja periodyku „to efekt nie tyle polityki redakcyjnej, co relatywnie małego rynku reklam dla takich magazynów”²³. W tym czasie z miesięcznikiem współpracowali, poza już wymienionymi, także m.in. Max Cegielski, Henryk J. Chmielewski, Krzysztof Dubiel, Katarzyna Kolenda-Zalewska, Mikołaj Komar, Filip Łobodziński, Barbara Pietkiewicz (reporterka „Polityki”), Krystyna Romanowska, Marcin Tyszka, Ewa Winnicka. Znane nazwiska niewątpliwie wpływały na zainteresowanie czytelników pismem, o którym, pomimo kłopotów, na koniec 2005 r., z okazji jubileuszu 20-lecia „Elle” na świecie, M. Wilkanowicz-Devoud mogła powiedzieć:

Miksujemy radość życia. Fantazję z klasą. Ryzyko z zabawą. Optymizm to nasz twardy narkotyk! [...] Dzięki wam wszystkim jesteśmy największym pismem mody na świecie i numerem jeden pod względem ekspansji marki²⁴.

3.4.2. Zawartość, akcje, czytelnicy

Częste zmiany personalne w redakcji²⁵ nie pociągały za sobą wyraźniejszych zmian w zawartości czy formie graficznej pisma. Wraz z upływem lat zwiększała się jedynie w sposób zauważalny liczba reklam oraz liczba zdjęć poświęconych modzie, zamieszczanych na jego łamach. Średnia objętość periodyku nieznacznie wzrosła i w latach 2001–2005 wynosiła 178 stron. Jego zawartość, jako magazynu poświęconego z założenia przede wszystkim modzie, w dużym stopniu podporządkowana była promocji ówczesnych trendów w różnych dziedzinach życia. W latach 2001–2005 tematykę pisma można przyporządkować trzem podstawowym grupom zagadnień:

²⁰ M. Lemańska, *Elle u Anny*, „Press” 2006, nr 2, s. [39].

²¹ M. Wilkanowicz-Devoud, *20 lat Elle na świecie*, „Elle” 2005, nr 11, s. 25.

²² M. Lemańska, *Elle...*, s. [39]–40.

²³ *Ibidem*.

²⁴ M. Wilkanowicz-Devoud, *20 lat Elle na świecie*, „Elle” 2005, nr 11, s. 25.

²⁵ Częste roszady następowały zwłaszcza na stanowiskach sekretarzy redakcji. Zmiany te nie są przedmiotem niniejszego opracowania, nie miały również wpływu na kształt periodyku, stąd nie zostały w tym miejscu szczegółowo omówione.

- 1) moda,
- 2) zdrowie i uroda,
- 3) relacje damsko-męskie.

W obrębie tych grup znajdowały się następujące działy i rubryki²⁶: *Apteka*, *Co nowego?*, *Czy chciałabyś z nim być?* (→ *Notes Elle*)²⁷, *Deco*, *Felieton*, *Kuchnia* (zazwyczaj w tym miejscu pojawiała się autorska rubryka T. Capponi-Borawskiej: *Deliketessy* – pis. oryg.), *Moda*, *Moja historia*, *Nowinki*, *Ona i On*, *Praca*, *Psychologia*, *Reportaż*, *Seks*, *Styl życia*, *Trendy*, *Uroda*, *Wywiad*, *Zdrowie*, *Życie codzienne* (tu drukowano m.in. horoskop, a także podawano adresy sklepów, w których można było kupić polecane przez pismo modne kreacje). Systematycznie pojawiały się felietony W. Manna. Sporadycznie na łamach pisma drukowano *Dom Elle*, *Kod dostępu* (postać, przeważnie aktora), *Raport Elle*, *Spotkania Elle* i *Sylwetki*. Zawartość działów i rubryk składała się na obraz określonego stylu życia, preferowanego przez magazyn, adresowanego do kobiet, które są „ciekawe świata”, chcą „wiedzieć więcej”, „zmieniać świat” i „się rozwijać”²⁸. Filozofia „Elle” została streszczona w numerze październikowym w 2004 r. Wówczas, z okazji 10-lecia magazynu w Polsce jego redaktor naczelna określiła dekalog, swego rodzaju credo „Elle”, które, być może, powinno być pojawić się numerze 1, a którego wówczas zabrakło. Po 10 latach program pisma, a jednocześnie jego odbiorca zostały określone w 10 punktach, które warto przytoczyć:

Tak jak Ty... 1. Poszukujemy: W miłości – równego tempa i podobnych oczekiwań. W przyjaźni – harcerskich ideałów. W modzie – fantazji i klasy. 2. Kochamy: Mężczyzn, którzy są kochankami i przyjaciółmi zarazem. Kobiety, które są wierne sobie. I tych, co nas inspirują do lepszego życia. 3. Walczymy: Z macho. Matką Polką. Stresem. Brakiem wiary w siebie. [...] 4. Kusimy: Zakreconą duszą, poczuciem humoru, zmysłową modą, pikantnymi smakami... 5. Ulegamy: Impulsom i intuicji. Pomysłom wielkich projektantów. Przedmiotom, które budują atmosferę. Niektórym mężczyznom też, oczywiście... 6. Bawimy się: Dobrze. Skojarzeniami. Historiami. Z przyjaciółmi. Czasem przesadzamy. 7. Miksujemy: Radość życia z odwagą. Ryzyko z zabawą. Szpilki ze skarpetkami, wystawiając na próbę męskie pożądanie i cierpliwość poprawnych koleżanek... 8. Prowokujemy: Bo chcemy zmieniać świat! 9. Marzymy: Żebyś się z nami czuła sobą. 10. Nie poddajemy się! Jutro zaczynamy od nowa...²⁹.

Stąd także określony styl przekazu treści, zawartych na łamach pisma. Dominowała w nim lekka forma, a wywiady przeprowadzane w piśmie,

²⁶ Nazwy działów i rubryk podano w porządku alfabetycznym. Uwzględniono przede wszystkim te, które w miarę systematycznie pojawiały się na łamach pisma, pominięto zaś te, który drukowano sporadycznie.

²⁷ Był to dział kulturalny, który ze względu na temat pracy zostanie omówiony w dalszej części rozdziału.

²⁸M. Wilkanowicz-Devoud, *20 lat Elle...*, s. 25.

²⁹ M. Wilkanowicz-Devoud, *10 lat Elle*, „Elle” 2004, nr 10, s. 15.

podobnie jak prezentacja sylwetek wybranych osób, miały bezkonfliktowy, optymistyczny wydźwięk. Podejmowane niekiedy problemy (szczególnie w rubryce *Ona i On* lub *Psychologia*) dawały się zawsze rozwiązać. Tylko raz, w 2003 r., uwaga pisma skoncentrowała się na kwestiach politycznych, co związane było z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej. Po ogłoszeniu sondażu (udział w nim był nagradzany) wśród czytelniczek „Elle” na temat ich opinii związanej z wejściem Polski do wspólnoty europejskiej, ogłoszonego w numerze grudniowym w 2002 r.³⁰, przedstawiono jego wyniki: okazało się, że 96% czytelniczek opowiedziało się za przystąpieniem naszego kraju w struktury UE³¹. Poważniejsze zainteresowania redakcji magazynu znalazły także swój wyraz w dwóch organizowanych przezeń akcjach. Zostaną one omówione w dalszej części rozdziału.

W porównaniu z wcześniej przedstawionymi dwoma magazynami, redakcja „Elle” kładła znacznie większy nacisk na kwestie dotyczące mody (co, jak już wcześniej podkreślono, było zgodne z założeniem periodyku), ale również na sprawy związane z urodą. W numerach przedwakacyjnych pojawiały się systematycznie porady dotyczące odchudzania (na przykład: *Pokaż nogi: Wyszczuplanie i modelowanie. Ćwiczenia, zabiegi w domu i gabinecie kosmetycznym, Akcja odchudzanie: Zapomnij o diecie, prawdy i mity o odchudzaniu, Brazylijki, jak one to robią, Trzy kilo mniej tam, gdzie chcesz, Tyjesz, bo..., 5 kilo w 15 dni*), rady związane z pielęgnacją włosów (*Wszystko o pięknych włosach: 20 sprawdzonych sposobów, Znajdź swój kolor: Wszystko o farbowaniu włosów w domu i w salonie*) czy nowinki kosmetyczne (na przykład *Kremy dla zestresowanych i zabiegi modelujące sylwetkę*).

Niektóre numery miesięcznika można porównać do ekskluzywnych katalogów mody i urody bądź magazynów poświęconych urządzaniu domu. Niezwykle staranna grafika, dostęp do międzynarodowej sieci znanych fotografów i stylistów gwarantowały wysoki poziom edytorski i zasłużoną sławę w świecie mody. Magazyn znany był głównie z tych powodów. Nie miał za sobą długiej historii na polskim rynku prasowym, jak „Zwierciadło”, nie przeprowadzał równie spektakularnych akcji, jak „Twój Styl”, nie zasłynął z cyklicznych inicjatyw, które kojarzone byłyby nie tylko przez czytelników tytułu czy profesjonalistów z branży. Warto jednak wspomnieć o kilku przedsięwzięciach, zorganizowanych przez redakcję pisma.

Od 1998 r. systematycznie organizowano plebiscyt na *Trofea Elle*. Przyznawane były one najbardziej stylowym przedstawicielom świata polityki, show-biznesu oraz kultury. Czytelnicy wybierali, z kandydatów przedstawianych przez redakcję, najbardziej stylowe osobowości, gwiazdy i miejsca.

³⁰ [br. aut.], *Czytelleniczka z Unią czy bez?* [pis. oryg.], „Elle” 2002, nr 12, s. [129].

³¹ [br. aut.], *96% czytelniczek jest za*, „Elle” 2003, nr 1, s. 132.

Wybór możliwy był w ośmiu kategoriach³²: Aktor, Modelka, Muzyk, Osoba publiczna, Osobowość TV, Projektant, Stylowe miejsce oraz interesująca kategoria: Kogo kocha „Elle”? Czytelnicy mogli również zgłosić własnego kandydata, nie uwzględnionego przez redakcję. Znamienne, że brakowało tu przedstawicieli ze świata literatury, chociaż w kategorii Stylowe miejsce w 2001 r. pojawił się warszawski Café Antykwariat oraz Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, a dwa lata później księgarnia Czuły Barbarzyńca. Po dokonaniu wyboru, organizowano uroczystą galę wręczenia nagród, z której zamieszczano fotoreportaż.

Dwie kolejne inicjatywy miały inny charakter. Pierwsza z nich, zapoczątkowana została w 2002 r. Była to Ogólnopolska Akcja Prewencyjna „Kobieta Bezpieczna”, której patronował magazyn (a informowało o niej także „Zwierciadło”). Wyjaśnienie zasad programu zajęć, adresowanych do kobiet, znalazło się w lutowym numerze „Elle” wraz z kuponem zgłoszeniowym na bezpłatne kursy samoobrony³³. Przewidziano także zajęcia teoretyczne, przygotowane i prowadzone przez specjalistów, m.in. prawników i psychologów. W roku następnym akcję powtórzono, a informacja wraz z kuponem znalazła się kilkakrotnie na łamach pisma³⁴.

Cel drugiej inicjatywy (*Dzieci ulicy*) przedstawiła w 2002 r. M. Wilkanowicz-Devoud:

Organizujemy akcję pomocy dzieciom ulicy. Nie jest to pomoc doraźna. Nie będziemy zbierać pieniędzy na jedzenie ani ubranie. Chcemy wraz z Fundacją dla Polski wesprzeć finansowo tych, którzy w różnych miejscach Polski poprzez swoje organizacje i stowarzyszenia nawiązują kontakt z dziećmi [...]. Namawiają do powrotu do szkoły, odrabiają z nimi lekcje, grają w piłkę. Potrafią zdobyć ich zaufanie i wiedzą też, w jaki sposób rozmawiać z ich rodzicami³⁵.

Jednocześnie czytelnikom pisma zaproponowano limitowaną edycję damskich T-shirtów, z hasłem akcji: *Ulica nie jest dla dzieci*, którą można było otrzymać po wpłaceniu minimum 50 zł na podane przez redakcję konto. Przedsięwzięcie poparli znani aktorzy, sportowcy i piosenkarze. W 2004 i 2005 r. ponowiono akcję, a na łamach magazynu odnaleźć można było podobne jak w pierwszej edycji kupony, umożliwiające wsparcie inicjatywy³⁶.

³² W ciągu analizowanego okresu określenie poszczególnych kategorii nieznacznie się zmieniało, np. zamiast Osobowość TV pojawiło się określenie Gwiazda TV, zob. „Elle” 2004, nr 8, s. [44].

³³ [br. aut.], *Broń się!*, „Elle” 2002, nr 2, s. [63].

³⁴ Zob. np. „Elle” 2003, nr 6, s. [157].

³⁵ M. Wilkanowicz-Devoud, *Akcja Elle*, „Elle” 2002, nr 5, s. 21.

³⁶ Więcej, zob. np. M. Wilkanowicz-Devoud, *Ulica nie jest dla dzieci*, „Elle” 2005, nr 10, s. 15.

Inne przedsięwzięcia, realizowane przez omawiany periodyk, wpisywały się w większym stopniu w politykę pisma (jak choćby *Metamorfozy*³⁷). Zorganizowano również konkurs dla przyszłych projektantów, w którym główną nagrodą był miesięczny staż w dziale mody „Elle” lub dziale stylizacji Galerii Centrum. Innym pomysłem był konkurs *Igła z nitką*, zorganizowany przez magazyn wspólnie z Fundacją dla Polski³⁸.

W jubileuszowym, 100. numerze priodyku (1/2003) ukazała się informacja o rozpoczęciu akcji *Polska jest trendy*. Przedsięwzięcie miało przekonać o tym, że można w sposób nowoczesny i zarazem modny afirmować wartości patriotyczne. W kolejnych numerach pisma zaprezentowano sylwetki „młodych talentów” ze świata mediów, mody, designu i sztuki, a także przybliżono wyjątkowe miejsca w Polsce, kultowe filmy, książki i płyty oraz kreacje najlepszych polskich projektantów. Czytelnikom zaproponowano udział w konkursie, w którym mieli odpowiedzieć na pytanie: *Dlaczego dla was Polska jest trendy?*, a dla 100 najciekawszych autorów przewidziano T-shirty z limitowanej serii *Polska jest trendy*.

W magazynie opracowywano także cykliczne rankingi (na przykład *Najlepiej i najgorzej ubranych postów i postanek*) oraz raporty (jak choćby *Kobieta 2002*). Znajdowały one uznanie w oczach czytelników, czego dowodem jest choćby jeden z listów pochwalający 4. edycję rankingu „Elle”³⁹. Miesięcznik wydawał również płyty „Z muzyką miejsc”, a także systematycznie kierował do swych czytelników ankiety (na przykład międzynarodowy sondaż „Elle”⁴⁰).

Grupę docelową magazynu stanowią młode, poszukujące inspiracji kobiety, „liderki opinii”, „estetyki”⁴¹.

Periodyk, podobnie jak i jego współpracownicy, był stosunkowo rzadko nagradzany. Tym bardziej o każdej nagrodzie skwapliwie informowano. I tak na przykład, pisano o *Kulinarnym Oscarze* dla T. Capponi-Borawskiej, tworzącej autorską rubrykę na łamach „Elle”, informowano również o nagrodzie dla tej samej autorki za książkę *Kuchnia pachnąca bazylią*. Donoszono o prestiżowej nagrodzie dla francuskiego fotografa magazynu Gillesa Bernsimona, przyznawanej przez Stowarzyszenie Amerykańskich Projektantów Mody-CFDA.

³⁷ „Elle” 2002, nr 6, s. 138.

³⁸ Zob. „Elle” 2004, nr 8, s. 42.

³⁹ „Elle” 2001, nr 1, s. 14.

⁴⁰ Redakcja polskiego wydania magazynu zaproponowała odbiorcom udział w sondażu, w którym czytelniczki „Elle” z 35 krajów miały odpowiedzieć na te same pytania, dotyczące m.in. stylu życia, poglądów, marzeń współczesnej kobiety. Wyniki ankiety zamierzano porównać z danymi, uzyskanymi w podobnej akcji, przeprowadzonej w 1998 r. Na uczestniczki ankiety czekały nagrody. Zob. [br. aut.], *Nowe granice kobiecości...*, „Elle” 2003, nr 2, s. 48.

⁴¹ <http://www.mediabuy.pl/prasa/Elle/>, kwiecień 2011.

Jednym z dowodów uznania dla magazynu były słowa czytelniczki, która z okazji jubileuszu 15-lecia „Elle” w Polsce pisała: „Dziękuję, że jesteście i pomagacie mi dokonywać ważnych wyborów i podejmować świetne decyzje. Dzięki Wam zyskuję poczucie niesamowitej radości. Przekonuję się o tym za każdym razem, otwierając i czytając >Elle<!”⁴².

3.4.3. *Przeczytaj*⁴³: książka na łamach pisma

Informacje dotyczące książki drukowano na łamach miesięcznika „Elle”, podobnie jak w przypadku wcześniej omawianych periodyków, w dziale kulturalnym. W badanym okresie zmieniał on trzykrotnie swoją nazwę. I tak od pierwszego badanego numeru w 2001 r. do kwietnia 2002 r. włącznie nosił tytuł *Co nowego? Kino, moda, teatr, muzyka, sztuka, książki*, od numeru 5 w tymże roku zmieniono go na *Notes Elle*, zachowując przy tym ten sam podtytuł. Ta forma przetrwała aż do numeru marcowego w 2005 r. włącznie. Od kolejnego wydania (w kwietniu) ponownie zmieniono tytuł działu na *Kultura Elle*, dodając w podtytule obok pozostałych, rubrykę poświęconą fotografii.

Niezależnie jednak od nazwy, dział ten zajmował średnio 7 stron w pierwszej części pisma. Informacje dotyczące wydarzeń teatralnych, filmowych, muzycznych oraz związanych z książką drukowane były w rubrykach im poświęconych, przy czym książka reprezentowana była przede wszystkim w formie recenzji, krótkich omówień i adnotacji. Dział, a wraz z nim rubryka *Książki*, kilkakrotnie zmieniał swą formę, aczkolwiek przeobrażenia te miały charakter głównie graficzny.

Niemal przez cały analizowany okres za sprawy kulturalne w periodyku odpowiedzialna była Agnieszka Różycka, zastąpiona od numeru 2 (2004) przez Marię Barcz. Jej nazwisko widniało w stopce redakcyjnej przez cały badany okres; pozostałe osoby, przygotowujące dział kulturalny, zmieniały się tak, że w ciągu pięciu lat zespół tworzyli także Grzegorz Brzozowicz (odpowiedzialny za informacje muzyczne), Dobrochna Grott (nowinki multimedialne), Piotr Gruszczyński (recenzje teatralne), Monika Kuc (informacje z galerii sztuki), Roman Praszyński, Jarosław Lipszyc (omówienia książek), Aleksandra Rembowska (teatr) oraz Beata Nowicka. Poczynając od 2002 r., liczba osób, przygotowujących informacje kulturalne, była coraz mniejsza, tak że w ostatnim badanym roczniku były to już tylko dwie osoby: M. Barcz i B. Nowicka oraz dwóch współpracowników: J. Lipszyc i A. Rembowska.

⁴² Tatiana [czytelniczka], *Mój wybór, moje Elle*, „Elle” 2009, nr 11, s. 12.

⁴³ Tytuł notki, zalecającej przeczytanie książki, zob. „Elle” 2001, nr 6, s. [67].

Jakkolwiek dominującą formę informacji o książce stanowiły recenzje, omówienia i streszczenia, to jednak analiza zebranego materiału pozwoliła wyodrębnić kilka innych kategorii związanych z interesującą nas problematyką. W tabeli 52 przedstawiono odnoszące się do nich dane statystyczne.

Tabela 52. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Elle” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje, omówienia, streszczenia	444
Wywiady	75
Reklamy książek	26
Portrety/sylwetki	8
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego	4
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje znanych dzieł	32
Konkursy i akcje	14
Listy bestsellerów	–
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	2
Inne ^a	77
Ogółem	682

^a W tej kategorii, w dużej mierze podobnie, jak było to w przypadku dwóch wcześniej przedstawionych magazynów, uwzględniono felietony pisarzy, fragmenty książek, niewielkie objętościowo notki, związane pośrednio lub bezpośrednio z książkami, polecające daną lekturę, nawiązujące do wydrukowanej obok publikacji itd.

Źródło: badania własne.

W porównaniu z magazynami „Zwierciadło” i „Twój Styl” ogólna liczba informacji związanych bezpośrednio lub pośrednio z książką była wyraźnie mniejsza. Dla redakcji „Elle” kwestie związane z literaturą, w tym z książką, z pewnością nie należały do priorytetowych. Co więcej, jak wynika z analizy, były one (w porównaniu z analogicznymi informacjami na łamach wcześniej prezentowanych miesięczników) bardziej powierzchowne, brak w nich też wyraźnego kierunku, który w odniesieniu do „Twojego Stylu” zarysowywał się w każdej z omawianych kategorii, a na łamach „Zwierciadła” widoczny były w wybranych formach informacji o książce.

Zwraca uwagę bardzo mała liczba anonsów wydawniczych i brak zestawienia bestsellerów. Pomimo że redakcja systematycznie w każdym numerze pisma drukowała listy od czytelników, to tylko zaledwie w dwóch przypadkach odnosiły się one bezpośrednio do spraw związanych z książką.

Jedyną większą liczbowo kategorią, w porównaniu z analogicznymi danymi dotyczącymi poprzednio omawianego magazynu, były recenzje, omówienia i streszczenia.

3.4.3.1. *Do czytania, i oglądania*⁴⁴: miejsce recenzji w układzie pisma

W latach 2001–2005 na łamach pisma ukazały się **444** recenzje książek⁴⁵. W tabeli 53 zaprezentowano ich liczbę w poszczególnych latach.

Tabela 53. Recenzje, omówienia, streszczenia na łamach „Elle” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji, omówień, streszczeń
2001	110
2002	98
2003	78
2004	73
2005	85
Ogółem	444

Źródło: badania własne.

Wydaje się, że i w tym przypadku trudno mówić o stałej czy zamierzonej tendencji, pomimo że w latach 2002–2004 liczba recenzji nieznacznie się zmniejszała, by w 2005 r. znów nieco wzrosnąć. W pewnym stopniu wynikało to prawdopodobnie bardziej z faktu zmian, jakim rubryka recenzyjna podlegała na przestrzeni owych pięciu lat niż ze świadomej polityki redakcji magazynu. Podobnie, jak było to w przypadku „Zwierciadła” i „Twojego Stylu”, tak i tu książki recenzowała jedna osoba⁴⁶. Najpierw był to R. Praszyński (od roku 2001⁴⁷ do numeru 2 cztery lata później, w 2005 r.). W sumie przedstawił on 242 książki. W 2005 r. zastąpił go J. Lipszyc, który zrecenzował 60 tytułów. Prezentowali oni książki w specjalnie do tego przygotowywanej rubryce recenzyjnej. Poza nią znalazło się kilka krótkich wzmianek o książkach, które (ze względu na występujące w nich elementy) także zaliczono do grupy recenzji. W takich przypadkach wybrane tytuły proponowali: Ewa Awdziejczyk (raz), M. Barcz (raz), T. Capponi-Borawska, (pięciokrotnie), Agnieszka Kowalska (dwukrotnie), Iza Mazur-Poniatowska

⁴⁴ Tytuł jednej z recenzji, zob. „Elle” 2003, nr 8, s. 42.

⁴⁵ W tej liczbie znajdują się wyłącznie recenzje redakcyjne.

⁴⁶ W 98 przypadkach omówienia książek nie były podpisane; poza kilkoma wyjątkami były to recenzje, omówienia i streszczenia zamieszczane na łamach pisma w 2001 r.; porównując zebrany materiał, można jednak przypuszczać, że ich autorem był R. Praszyński, szczególnie że (jak wynika z analizy wcześniejszych roczników pisma), jego nazwisko pojawiło się na stronie poświęconej książkom już w numerze 10 (1998). Jednak, ponieważ brak formalnego uzasadnienia, podane w tekście dane odnoszą się wyłącznie do podpisanych recenzji, omówień i streszczeń.

⁴⁷ W 2001 r. tylko w numerze 11 znalazł się podpis R. Praszyńskiego, a w numerze 12 przy recenzjach książek pojawiły się jego inicjały. Zob. uwaga powyżej.

(trzykrotnie), Alina Niedzielska, (siedmiokrotnie), M. R. [Małgorzata Rogala?] (raz), A. R[óżycka] (raz) i Agnieszka M. Wasieczko (ośmiokrotnie)⁴⁸.

Znacznie częściej, niż stałych recenzentów, zmieniano formę i objętość rubryki poświęconej książkom. W ciągu dwóch pierwszych badanych lat obejmowała ona zaledwie skromną kolumnę z kilkoma krótkimi omówieniami wybranych tytułów, drukowaną obok innych wzmianek związanych z kulturą, natomiast od 2003 r. czytelnik odnajdował już bardziej zróżnicowane informacje o książce, którym poświęcano całą stronę, zaś w 2005 r. redakcja w kilku numerach pisma sprawom książki poświęcała dwie strony. Zmieniała się również objętość samych omówień (od 1–2-zdaniowych, które w zasadzie miały niewiele wspólnego z recenzją, poprzez nieco dłuższe, choć nadal bardzo powierzchowne, aż do obszerniejszych, zawierających ocenę proponowanego tytułu oraz nierzadko komentarz) i elementy, które się nań składały (tytuły recenzji, nazwisko recenzenta, podstawowe dane bibliograficzne dotyczące omawianej książki, kopie okładek książek, zdjęcia autorów). Nie uzasadniano wprowadzanych zmian, nie anonsowano ich nawet, tak że czytelnik kupując kolejny numer „Elle” nie wiedział, czy taka postać rubryki, do której przywykł, nie została zastąpiona innym pomysłem. Rubryka ewaluowała, stawała się bogatsza, głębsza, chociaż nie każda zmiana była dowodem profesjonalizmu redakcji, co widoczne było szczególnie w odniesieniu do podawania danych bibliograficznych dotyczących proponowanych książek.

Od pierwszego uwzględnionego w pracy numeru przez kolejne 13 wydań nosiła ona tytuł *Książki*, drukowana była w dziale *Co nowego...* Miała postać kolumny, w której proponowano czytelnikom od 7 do 9 tytułów. Owe omówienia, bardzo skromne pod względem merytorycznym, nie posiadały własnych tytułów. Każdą z nich poprzedzały niepełne dane bibliograficzne, na które składały się: nazwisko autora i tytuł jego książki, nazwa wydawcy, rzadziej miejsce i rok wydania. Nie podawano nazwiska tłumacza w przypadku przekładu, objętości proponowanej pozycji ani też jej ceny. Poza pierwszym poddanym analizie numerem⁴⁹, u dołu kolumny, pod wszystkimi notkami, zamieszczano zdjęcie proponowanych książek, ułożonych jedna na drugiej, tak by czytelnik widział przede wszystkim ich grzbiety. Kolumna wyróżniała się na stronie kolorowym tłem: jasnożółtym lub jasnioletowym. Był to dobry pomysł, jako że zazwyczaj stanowiła jedną z wielu innych informacji kulturalnych, zamieszczanych na danej stronie, a wprowadzenie tła o innym niż cała strona kolorze, na którym drukowano recenzje, zwiększało jej czytelność.

⁴⁸ W ośmiu przypadkach zabrakło nazwiska recenzenta.

⁴⁹ W nr 1 (2001) w kolumnie recenzyjnej znalazło się 5 kopii okładek proponowanych książek (w sumie polecanych książek było 7), rozmieszczonych przy omówieniach.

Od numeru 2 (2001) do numeru 1 (2002) włącznie obok kolumny recenzyjnej pojawiała się dodatkowa wzmianka o książce, zazwyczaj 1- lub 2-zdaniowa, niekiedy oceniająca, zawierająca podstawowe dane bibliograficzne oraz zdjęcie otwartej książki – w ten sposób redakcja chciała, jak się zdaje, dodatkowo zachęcić czytelników do lektury.

Wybrane poniżej przykłady stanowią odzwierciedlenie owych zmian (zdjęcie 129 i 130)



Zdjęcie 129. Rubryka poświęcona książce na łamach „Elle” „Elle” 2001, nr 1, s. [31]



Zdjęcie 130. Rubryka poświęcona książce na łamach „Elle” „Elle” 2001, nr 9, s. [49]

Omówienia i streszczenia książek, krótkie i bardzo pobieżne, drukowano obok ciekawostek muzycznych, niewielkich objętościowo informacji o premierach filmowych lub nowinek ze świata mody. Równorzędne potraktowanie wszystkich tych informacji, składających się na szeroko rozumianą kulturę, nie wydaje się być dobrym rozwiązaniem, choć jednocześnie stanowi pewien dowód na to, w jaki sposób redakcja podchodziła do spraw związanych z tą dziedziną życia. Miały one być przede wszystkim rodzajem rozrywki, lekkiej i przyjemnej, by nie powiedzieć, powierzchownej, nie wymagającej większego wysiłku czy głębszego namysłu.

Od numeru 2 (2002) zrezygnowano z dodatkowej wzmianki, dotyczącej książki, zamieszczanej dotąd obok kolumny recenzyjnej. Ona sama nie uległa jednak modyfikacji. Od numeru 5 (2002), jak wspomniano powyżej, zmieniono tytuł działu; odtąd czytelnicy interesujący się wydarzeniami kulturalnymi informacje o nich odnajdowali w ramach *Notesu Elle...*, zaś omówienia książek nadal pojawiały się w obrębie rubryki *Książki*. Jej forma pozostała niezmienna do numeru 3 w 2003 r. włącznie.

Od kolejnego wydania (4/2003) sprawom związanym z książką poświęcano już całą stronę, a nazwę rubryki zmieniono na *Elle Notes Książki*. Dodatkowo w dwóch numerach w tymże roku (kwietniowym i majowym) rubryka poświęcona recenzjom anonsowana była tytułem *Elle poleca*. Zmniejszono liczbę prezentowanych książek do trzech (niekiedy czterech), za to przedstawiano je dokładniej: omówienia zajmowały już kilkanaście zdań (ok. 1/3 kolumny jedna). Przy niemal każdej recenzji pojawiała się kopia okładki proponowanej książki, chociaż omówienia nadal nie posiadały swych tytułów. Obok kolumny zamieszczano odtąd zazwyczaj jedną lub dwie dodatkowe recenzje, obszerniejsze, z odpowiednio większym zdjęciem okładki i wyróżnionym innym kolorem tytułem recenzji. Pojawiła się również interesująca forma informacji o książce, zatytułowana *Uwaga, reklama*⁵⁰.

Wyraźniejsza zmiana nastąpiła od numeru 6 (2003). Nadal informacje o książce obejmowały całą stronę, ale modyfikacji uległa kolumna, w której zamieszczano część recenzji. U góry strony pojawiło się zdjęcie recenzenta i pochodzący od niego jednozdaniowy komentarz, obejmujący wszystkie proponowane w danej kolumnie książki lub odnoszące się tylko do jednego wybranego tytułu. Recenzje zyskały odrębne tytuły, a dane bibliograficzne, obejmujące te same elementy, co w poprzednich przypadkach, przeniesiono na koniec każdej z nich. Niekiedy obok kolumn zamieszczano wywiad, w którym pisarz opowiadał o wydanej niedawno książce. Taką formę rubryki utrzymano przez rok, do numeru 6 w 2004 r. włącznie. Zdjęcia 131 i 132 obrazują scharakteryzowane zmiany.

⁵⁰ Zostanie ona omówiona w dalszej części rozdziału.



Zdjęcie 131. Strona recenziyjna na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 5, s. 22



Zdjęcie 132. Strona recenziyjna na łamach „Elle” „Elle” 2004, nr 6, s. 30

Dwa kolejne wydania (lipcowe i sierpniowe) w 2004 r. to nowa propozycja redakcji, związana ze stroną recenziyjną. Zmianie uległo rozmieszczenie omówień, jednocześnie zabrakło niektórych dotąd uwzględnianych elementów opisu bibliograficznego. Ograniczono się teraz do podawania autora, tytułu i wydawcy proponowanej książki. Zrezygnowano również ze zdjęcia recenzenta.

W numerze wrześniowym jednorazowo powrócono do poprzedniej formuły, zaś od numeru październikowego zaproponowano nowy układ strony, poświęconej książkom. Część recenzji drukowano odtąd u jej dołu, na kolorowym tle, z niewyraźnym wzorem okładki jednej z prezentowanych książek. Przeniesiono także informacje bibliograficzne dotyczące recenzowanej pozycji: czasem czytelnik odnajdował je pod tytułem recenzji, czasem na jej zakończenie. Obok krótkiej adnotacji drukowano niewielkich rozmiarów kopie okładek omawianych książek. U góry strony zamieszczano jedną lub dwie recenzje, przy których pojawiały się większe zdjęcia: autorów proponowanych lektur lub ich okładek. Liczba recenzji wahała się od 5 do 8 (zdjęcia 133 i 134).



Zdjęcie 133. Strona recenziyjna
na łamach „Elle”
„Elle” 2004, nr 8, s. [40]



Zdjęcie 134. Strona recenziyjna
na łamach „Elle”
„Elle” 2004, nr 10, s. [64]

Jak wcześniej wspomniano, od numeru 3 w 2005 r. R. Praczyńskiego zastąpił J. Lipszyc, a od kolejnego wydania (4/2005) zmieniono nazwę działu na *Elle kultura. Kino, muzyka, książki, sztuka, fotografia, moda*, zaś nazwę rubryki książkowej na *Elle kultura książki*. Informacje o książkach zaczęły pojawiać się na dwóch stronach pisma. Część recenzji (od dwóch do

czterech) drukowano w kolumnie; przy nich pojawiły się symbole gwiazdek, określające ocenę proponowanej książki oraz jej cenę. Poza tymi omówieniami przedstawiano dodatkowo od jednego do czterech tytułów, z których wybrany prezentowano obszerniej. Każda z recenzji posiadała odrębny tytuł, zaś informacje bibliograficzne odnaleźć można było na zakończenie prezentacji danej książki. Dwukrotnie pojawił się w tym miejscu wywiad z pisarzem i także dwukrotnie zaprezentowano sylwetki wybranych twórców⁵¹. Poniżej przedstawiono przykłady 2-stronicowej rubryki książkowej z tego okresu (zdjęcia 135 i 136).



Zdjęcie 135. Strona recenzyjna (jedna z dwóch) na łamach „Elle” „Elle” 2005, nr 8, s. 38



Zdjęcie 136. Strona recenzyjna (jedna z dwóch) na łamach „Elle” „Elle” 2005, nr 8, s. [39]

W dwóch ostatnich analizowanych numerach (11 i 12/2005) powrócono do skromniejszej wersji rubryki, związanej z prezentacją informacji związanych z książką, ponownie przeznaczając nań jedną stronę pisma i zmniejszając liczbę recenzji do 4 (11/2005) i 5 (12/2005) – zob. zdjęcie 137.

⁵¹ Więcej informacji na ten temat – zob. w dalszej części rozdziału.



Zdjęcie 137. Rubryka poświęcona książce na łamach „Elle”
„Elle” 2005, nr 12, s. [44]

Należy podkreślić, że zmiana recenzenta wpłynęła na poprawę zarówno formy prezentowanych informacji o książce, jak i jej wartości merytorycznej.

3.4.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady

W ciągu pięciu lat zrecenzowano 442 książki (2 tytuły omówiono dwukrotnie) 360 autorów, w tym 123 pisarzy polskich i 237 obcych⁵². W tej grupie znalazły się książki 154 kobiet, a zatem w tym przypadku nie można mówić o wyraźnej preferencji co do płci pisarza.

Recenzenci kilkakrotnie sięgali po książki tego samego autora. W tabeli 54 przedstawiono ich nazwiska wraz z tytułami wybranymi do omówienia przez recenzentów „Elle”.

⁵² W 29 przypadkach nie podano nazwiska autora prezentowanej książki.

Tabela 54. Najczęściej recenzowani autorzy na łamach „Elle” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Katarzyna Grochola	4	<i>Osobowość ćmy</i> <i>Podanie o miłość</i> <i>Serce na temblaku</i> <i>Związki i rozwiązki miłosne^a</i>
Julian Tuwim	4	<i>Dyzio marzyciel</i> <i>Ptasie plotki</i> <i>Spóźniony słownik</i> <i>Taniec</i>
Paul Auster	3	<i>Księga złudzeń</i> <i>Timbuktu</i> <i>Wiążąc koniec z końcem</i>
Paulo Coelho	3	<i>Demon i panna Prym</i> <i>Podręcznik wojownika światła</i> <i>Zair</i>
John M. Coetzee	3	<i>Hańba</i> <i>Mistrz z Petersburga</i> <i>Wiek żelaza</i>
Nick Hornby	3	<i>Był sobie chłopiec</i> <i>Długa droga w dół</i> <i>Jak być dobrym</i>

^a Książka napisana wspólnie z A. Wiśniewskim.

Źródło: badania własne.

To, być może, zaskakujące zestawienie (K. Grochola obok J. Tuwima, J. M. Coetzee obok N. Hornby) potwierdza po raz kolejny postawioną wcześniej tezę, dotyczącą polityki redakcji pisma wobec kwestii związanych z książką⁵³. Można wysunąć hipotezę, że kryterium wyboru tytułów do recenzji stanowiła moda na określony tytuł lub popularność wybranego pisarza. Teoria ta znajduje swoje potwierdzenie, gdy przyjrzymy się pełnej liście nazwisk pisarzy, których utwory stały się przedmiotem recenzji (zob. Aneks 43. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Elle” w latach 2001–2005). W przypadku, gdy pisarz był szczególnie popularny, nie wahano się sięgnąć po inną jego książkę. Jak wynika z tabeli 54, tylko w sześciu przypadkach byli to twórcy, których nazwiska pojawiły się w recenzjach przynajmniej trzykrotnie. Warto jednak wspomnieć o tym, że aż w 33 przypadkach po książkę tego samego autora sięgano dwukrotnie, przy czym

⁵³ Wyjątkiem jest J. Tuwim, którego wiersze dla dzieci znalazły się jednorazowo jako przedmiot recenzji, zamieszczonej obok tradycyjnej kolumny. W magazynie kilkakrotnie pojawiły się recenzje książek dla dzieci, były to jednak sporadyczne próby promocji lektur dla najmłodszych czytelników, pojawiające się obok zwyczajowych omówień.

w większości były to różne tytuły. I tak pojawiły się omówienia dwóch książek m.in. Anne Bankroft, Jonathana Carrolle`a, Harlana Cobena, Umberto Eco, Helen Fielding, Aleksandry Marininy, Tony`ego Parsonsa, Terry`ego Pratchetta, Jeanette Winterson. Recenzenci proponowali również książki mniej znanych autorów, jak choćby Banerjee Chitra Divakaruni czy Charlotte Fiell lub Huang Po. Nie zanedbano także promocji książek, napisanych przez współpracowników magazynu. Informowano o książce T. Capponi-Borawskiej (dwukrotnie) oraz Beaty Pawłowicz. Proponowano również książkę recenzentki „Twojego Stylu”, Izabeli Filipiak, a także autorów „Polityki”, Mai Wolny i Piotra Sarzyńskiego.

Jednocześnie warto zwrócić uwagę na fakt, że pomimo uwzględnienia powieści K. Grocholi, autorki powieści dla kobiet, a zatem, głównych adresatek „Elle”, nie omawiano najbardziej znanych tytułów pióra tej autorki: *Nigdy w życiu czy Ja wam pokazę!*

W recenzjach przeważała literatura popularna. Czytelnikom pisma proponowano przede wszystkim powieści, ale, co warto zaznaczyć, w porównaniu z magazynem „Twój Styl”, na łamach „Elle” częściej prezentowano opowiadania (na przykład Jonathana Carrola *Cylinder Heidelberga*, Jerzego Sosnowskiego *Linia nocna*) i wierszy (m.in. Krystyny Gucewicz *Z miłości*, Ireny Conti Di Mauro *Miłość – Czułość – Dobroć*, Włodzimierza Kowalewskiego *Światło i lęk*, Marcina Świetlickiego *Nieczynny*, Wisławy Szymborskiej *Chwila*). Kilkakrotnie przedstawiano wybrane poradniki (na przykład Wojciecha Kruczyńskiego i Pawła Drożdżika *Zawsze bezpieczna. Psychologiczne aspekty samoobrony kobiet* czy Spencera Johnsona *Jednominutowa matka i Jednominutowy ojciec*).

Omówienia i streszczenia, drukowane na łamach pisma (szczególnie w ciągu pierwszego badanego roku), były zazwyczaj bardzo krótkie, nierzadko 1–3-zdaniowe. Wydaje się, że celem R. Praszyńskiego było zamieszczenie informacji o jak największej liczbie tytułów w danym numerze periodyku, bez głębszej analizy czy choćby szerszego zarysowania treści lub sylwetek bohaterów proponowanych lektur. Omówienia te przypominały raczej streszczenie kolejnego odcinka telenoweli, nie zaś solidną recenzję. Oto kilka wybranych przykładów: „Interesująco o ewolucji” (o książce Iana Tattersalla *I stał się człowiek*)⁵⁴, „O ojcu, Stanisławie Dygacie, szczerze, a więc smutno. Dobry artysta, kiepski człowiek” (o *Rozstaniach* Magdy Dygat)⁵⁵, „Droga polskiego aktora do francuskiego sukcesu” (na temat biografii Andrzeja Seweryna pióra Teresy Wilniewicz)⁵⁶, „O straceńcach

⁵⁴ „Elle” 2001, nr 8, s. [34].

⁵⁵ *Ibidem*.

⁵⁶ „Elle” 2001, nr 10, s. [58].

i maniakach wspinaczki” (na temat *Wielkich górskich przygód* Stefano Ardito)⁵⁷. Nierzadko były to zdania jednoznacznie oceniające: „Proste, głębokie, piękne i trudne. Jak miłość” (o *Wezwaniu do miłości* Anthony’ego de Mello)⁵⁸, „Ekscytująca opowieść o Marilyn Monroe, jej rozkoszy i cierpieniu” (o *Blondynce* J. C. Oates) lub mające zaintrygować lub choćby zaciekawić czytelnika „Elle”: „Nie wiedziałem, że poetkę łączyły tak mocne intymne związki z matką” (podsumowanie wrażeń po lekturze *Nierozważnej i nieromantycznej. O Halinie Poświatowskiej*, autorstwa Grażyny Borkowskiej)⁵⁹.

O ile w początkowym analizowanym okresie przeważały tak zwięzłe wzmianki, przy których jednak pojawiały się (niepełne, o czym wspomniano wcześniej) dane bibliograficzne, o tyle w miarę upływu czasu zwiększyła się liczba nieco dłuższych omówień, choć i one nie imponowały głębszą analizą treści czy choćby rzetelnym komentarzem dotyczącym proponowanego tytułu. Jednak coraz częściej łączyły już w sobie streszczenie prezentowanej książki oraz jej ocenę, nierzadko bardzo osobistą. Oto przykłady: „O dziennikarce w ciąży, którą zostawia narzeczony. Zabawna i wzruszająca historia. Duże wrażenie zrobił na mnie wiarygodny obraz kobiety, odrzuconej przez ojca” (odczucia R. Praszyńskiego po lekturze książki Jennifer Weiner *Kochając większą kobietę*⁶⁰); „Cień właśnie wychodzi z amerykańskiego więzienia. Niestety, jego ukochana żona ginie w wypadku samochodowym. Ale nie do końca. Opuszcza cmentarz i chce, aby przywrócił ją do życia. Cień przyjmuje pracę u osobnika, który podaje się za skandynawskiego boga Odyna. Wplątuje się w wojnę między starymi bogami z wielu mitologii a nowymi bogami komputerów i kart kredytowych. Niezwykle sprawnie napisana powieść. Błyskotliwa i dynamiczna jak komiks” (o *Amykańskich bogach* Neila Gaimana)⁶¹.

W 2003 r. zmniejszono liczbę recenzji, drukowanych w kolumnie, ale dzięki temu stały się one obszerniejsze. Związane to było ze wspomnianym już zwiększeniem miejsca w piśmie, przeznaczonego na informacje o książce. Od numeru 4 (2003) była to cała strona. Obok dotychczasowej kolumny drukowano jedną obszerniejszą recenzję lub trzy nieco skromniejsze pod względem objętości. Jednocześnie od numeru 5 (2003) pojawiła się specyficzna forma informacji o książce, zatytułowana *Uwaga, reklama*, drukowana obok kolumny recenzyjnej; zostanie ona omówiona w dalszej części rozdziału. Niekiedy recenzję zastępował wywiad z pisarzem.

⁵⁷ „Elle” 2002, nr 3, s. 53.

⁵⁸ „Elle” 2001, nr 9, s. [48].

⁵⁹ „Elle” 2002, nr 2, s. 33.

⁶⁰ „Elle” 2002, nr 3, s. 53.

⁶¹ „Elle” 2002, nr 8, s. 49.

Wraz ze zmianą w 2005 r. recenzenta książek zmieniała się postać omówień. Niektóre z nich były już obszerniejszymi komentarzami na temat proponowanych książek, nierzadko zawierającymi również krótką charakterystykę ich autora⁶². Było to możliwe dzięki kolejnemu zwiększeniu miejsca przeznaczonego na informację o książce do wspomnianych dwóch stron. Jednocześnie przy części omówień (drukowanych w tradycyjnej kolumnie) znalazła się skala ocen od 1 do 5 gwiazdek. Zarówno w tych przypadkach, jak i w recenzjach zamieszczanych obok nadal pojawiały się jednoznaczne oceny proponowanej lektury, pochodzące od recenzentów: „Znakomita książka Umberta Eco. Osobista, autoironiczna i bardzo wciągająca” (o *Tajemniczym płomieniu królowej Loany*)⁶³, „Genialna humoreska napisana z cudownym językowym wyczuciem” (o książce Tamary Bołdak-Janowskiej: *Kto to jest ten Jan Olik?*)⁶⁴.

Większość recenzji była pozytywna. Poza cytowanymi powyżej ocenami, warto przytoczyć kilka jeszcze przykładów, stanowiących wyraz odczuć, zarówno R. Praszковского, jak i J. Lipszyca, po przeczytaniu danej książki. Poczynając od osobistych zwierzeń: „Przyznam się – piszę tę notę, nie doczytawszy książki do końca. To 500 stron lektury, którą należy smakować powoli. Na dodatek o prawo do czytania >Cienia wiatru< muszę walczyć z własną żoną...”⁶⁵, a kończąc na zwiezłych stwierdzeniach: „Proste, wstrząsające, ważne” (ocena *Dziewczynki w czerwonym płaszczyku* Romy Ligockiej)⁶⁶, „Najbardziej niezwykły kryminał, jaki czytałem” (Eliot Pattison *Mantra czaszki*)⁶⁷, „Trzymający w napięciu, ambitny thriller” (o *Jaskini* Tima Krabbé⁶⁸). Nierzadko pojawiały się również oceny negatywne, przy czym było ich wyraźnie więcej niż w przypadku omówień, zamieszczanych na łamach „Zwierciadła” czy „Twojego Stylu”. Poza krótkimi stwierdzeniami: „Naiwna bajka” (o książce Amélie Nothomb *Rtęć*)⁶⁹, niekiedy recenzent uzasadniał negatywną opinię, jak na przykład przy ocenie wierszy M. Świetlickiego: „Męczy mnie gęba poety. Jego ostatni tomik to raptem atrakcyjne zapiski frustrata. [...] U poety czterdziestoletniego szukam mądrości. A rozpacz nie jest mądrością”⁷⁰ czy prezentując książkę I. Filipiak (*Alma*):

⁶² Zob. np. J. Lipszyc, *Dziewczyna ze Sztokholmu*, „Elle” 2005, nr 5, s. 44.

⁶³ „Elle” 2005, nr 12, s. [44].

⁶⁴ „Elle” 2005, nr 9, s. [49].

⁶⁵ „Elle” 2005, nr 5, s. 44.

⁶⁶ „Elle” 2001, nr 8, s. [34].

⁶⁷ „Elle” 2002, nr 8, s. [49].

⁶⁸ „Elle” 2002, nr 7, s. [43].

⁶⁹ „Elle” 2001, nr 11, s. [54].

⁷⁰ „Elle” 2003, nr 7, s. 36.

Poetyka koszmarnego złego snu jest absolutnie nieprzystępna. Nieokreślona kobieta wędruje podziemnymi korytarzami w poszukiwaniu swego dziecka, które jest potworem. Korytarze raz są cyrkiem, a raz burdelem. Ciemna, duszna atmosfera. Do tego zdania natrętnie metaforyczne. Żadnej litości dla biednego czytelnika⁷¹.

W porównaniu z recenzjami, zamieszczanymi na łamach „Twojego Stylu”, omówienia adresowane do czytelników „Elle” raczej nie odwoływały się do ich wiedzy czy znajomości świata literackiego. Bardzo rzadko pojawiało się porównanie proponowanej książki lub pisarza do innego dzieła czy twórcy. Brak było również, o czym wspomniano powyżej, wyraźnego kryterium doboru lektur, które kreowałyby określony wizerunek kobiety, jej roli we współczesnym świecie, tak jak to było w przypadku poprzedniego pisma. Tytuły recenzji, jakkolwiek niekiedy trafnie sformułowane, zabawne czy interesujące, także nie stanowiły żadnej wskazówki co do preferencji recenzentów „Elle”, nie składały się na jednolity czy choćby zarysowany ogólnie obraz. Oto kilka przykładów⁷²: *Celny strzał, Dla miłości zginą tysiące, Duch miłości, Każdy z nas jest wyjątkowy!, Mądry szaleniec, Melancholijna mała, Mistrz akapitu, Mistrz o mistrzu, Niebiańska udreka, Od ananasa do żyta, Plac zabaw diabła, Podwójna linia życia, Poruszające godziny, Profesor Eco i śmietnik kultury, Profesorskie zabawy, Przegapić życie, Sfrustrowani, Siła gwiazdy, Siostry Boga, Spokój i melancholia, Sprawy najważniejsze, Trochę kultury!, Zapach słońca, Złość na zdrowie.*

Poza recenzjami, omówieniami i streszczeniami, zamieszczanymi w rubryce książkowej, pojawiały się również krótkie notki, informujące o szczególnie interesujących tytułach, drukowane w innych miejscach magazynu. Proponowane tu lektury związane były z rubryką lub działem, w którym je zamieszczano. Czytelnik odnajdował je zatem na przykład w ramach takich rubryk, jak *Fotografia, Moda, Sztuka, Teatr*, ale także i poza działem kulturalnym, na stronie zatytułowanej *Elle Delikatesy* czy *Elle Apteka*. Osoby odpowiedzialne za te rubryki zwracały uwagę czytelników na tytuły, które zazwyczaj stanowiły uzupełnienie innych informacji, znajdujących się w tym miejscu. I tak A. Wasieczko zachęcała do sięgnięcia po album *The Polaroid Book*, I. Mazur-Poniatowska proponowała *Lady. Kobiety elegancką*. A. Różycka wskazywała na *Ojcobójców. Młodszych, zdolniejszych w teatrze polskim* jako lekturę, na którą warto poświęcić czas. Z kolei T. Capponi-

⁷¹ „Elle” 2004, nr 1, s. 34.

⁷² Zob. kolejno: „Elle” 2003, nr 10, s. 40; 2004, nr 5, s. 48; s. 52; 2003, nr 1, s. 60; nr 10, s. 40; 2005, nr 2, s. [42]; nr 9, s. 48; nr 7, s. 36–[37]; 2004, nr 1, s. 34; 2002, nr 9, s. 158; 2004, nr 10, s. [64]; 2005, nr 8, s. [39]; 2003, nr 4, s. 28; 2005, nr 12, s. [44]; nr 4, s. [42]; nr 12, s. [44]; 2004, nr 2, s. 40; 2001, nr 3, s. [45]; 2004, nr 2, s. 40; nr 7, s. [44]; 2003, nr 6, s. 26; 2004, nr 5, s. 52; 2005, nr 2, s. [42]; 2003, nr 7, s. 36.

-Borawska zachęcała do sięgnięcia m.in. po książkę *Kuchnia polska – potrawy regionalne* i *Wina Europy*, zaś A. Niedzielska proponowała lekturę tytułu *Zdrowo jeść: żywność i substancje lecznicze od A do Z*. Omówienia te miały różną objętość: od kilku do kilkunastu zdań. Uzupełniały je kopie okładek danych książek i podstawowe informacje bibliograficzne na ich temat.

Prezentowane książki pochodziły z oferty 80 wydawców⁷³. W tabeli 55 przedstawiono instytucje edytorskie, których dorobek wykorzystywano najczęściej w recenzjach pisma.

Tabela 55. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Elle” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Wydawnictwo W.A.B.	38 ^a
Wydawnictwo REBIS	34 ^b
Wydawnictwo Muza	34
Wydawnictwo Zysk i S-ka	31
Spółeczny Instytut Wydawniczy Znak	24
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	21
Wydawnictwo Albatros	20 ^c
Wydawnictwo Literackie	19
Oficyna Literacka Noir sur Blanc	
Wydawnictwo Santorski & S-ka	11

^a W tym raz w koedycji z Wyd. Albatrosem.

^b Raz w koedycji z BBC Books.

^c W jednym przypadku w koedycji z W.A.B.

Źródło: badania własne.

W tej grupie znaleźli się wydawcy znani na rynku (dwie pierwsze pozycje zajęli jedni z największych edytorów w tamtym okresie). Jednak poza znanymi oficynami, recenzenci sięgali także po propozycje pochodzące z oferty mniej znanych wydawców, takich jak na przykład Wydawnictwo Bonobo, Graffiti BC, Greybull Press, Wydawnictwo Mudra czy Kallisto, Pokolenie, Via Nova.

⁷³ W 10 przypadkach nie podano nazwy wydawcy. Jednak na potrzeby pracy uzupełniono (poza dwoma wyjątkami) brakujące informacje na podstawie „Przewodnika Bibliograficznego” w wersji *online*, www.bn.org.pl/cgi-bin/makwww.exe?BM=23, kwiecień 2011.

3.4.3.2. *Gonię kanarka na dachu*⁷⁴: wywiady

Podobnie, jak było to w przypadku magazynu „Twój Styl”, tak i na łamach „Elle” wywiady stanowiły istotną część pisma. Ale i tu bohaterami rozmów byli przeważnie aktorzy, modelki/modele albo żony polityków, biznesmenów, a znacznie rzadziej osoby związane z literaturą. Jednak w ciągu pięciu lat na łamach pisma pojawiły się także rozmowy z pisarzami. Było ich 75. W tabeli 56 zaprezentowano ich liczbę w poszczególnych latach.

Tabela 56. Wywiady zamieszczone na łamach „Elle” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	27
2002	11
2003	11
2004	15
2005	11
Ogółem	75

Źródło: badania własne.

Wśród literatów, goszczących na łamach „Elle”, znaleźli się m.in.: Anna Bojarska, Anna Brzezińska, M. Cegielski, Stefan Chwin, Magdalena Dygat, Manuela Gretkowska, Katarzyna Grochola (dwukrotnie), Wojciech Kuczok, Zbigniew Mentzel, Tomasz Piątek, Małgorzata Saramonowicz, Izabela Sowa, Dorota Terakowska i Michał Witkowski. W kilku przypadkach rozmówcami byli także twórcy zagraniczni: Paulo Coelho, Etgar Keret, Eric Emmanuel Schmitt, Nicholas Sparks (zob. Aneks 44. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Elle” w latach 2001–2005).

Interesującym pomysłem redakcji był wybór osób, związanych ze znanymi pisarzami. I tak na przykład na łamach pisma pojawił się wywiad z Maurycym Gomulickim (prawnikiem Wiktora Gomulickiego, autora *Wspomnień niebieskiego mundurka*), Anne Gosciny (córką współtwórcy *Mikołajka*), podwójny wywiad z Carol Miłosz (drugą żoną Czesława Miłozza) oraz Erin Gilbert (jego wnuczką), Krystyną Krynicką (żoną Ryszarda Krynickiego), Mattchew Pritchardem (wnukiem Agathy Christie) oraz Willy Whartonem (synem autora *W księżycową jasną noc*). Czterokrotnie przeprowadzono wywiady ze współpracownikami magazynu: M. Cegielskim, B. Pawłowicz, R. Praszyńskim i D. Terakowską.

W większości przypadków rozmowy przeprowadzał R. Praszyński. Poza nim o sprawy interesujące czytelników „Elle”ypytywali pisarzy m.in.

⁷⁴ Tytuł wywiadu, zob. „Elle” 2005, nr 8, s. [72]–73.

M. Barcz, Marek Cieszewski, Magdalena Jankowska, J. Lipszyc, Dominika Latałowska, B. Nowicka i B. Pawłowicz.

Ta forma informacji o świecie literackim zajmowała od kilkunastu zdań do czterech stron. W każdej znalazło się wprowadzenie, obejmujące charakterystykę rozmówcy, niekiedy także ogólny zarys tematów podejmowanych podczas wywiadu. W większości przypadków było ono kilkuzdaniowe, ale zdarzały się również całostronicowe prezentacje, będące swego rodzaju portretem rozmówcy, kreślonym z dużą dozą sympatii. Tak było na przykład w przypadku rozmowy z Jerzym Pilchem⁷⁵. Poprzedzając ją obraz autora *Pod Mocnym Aniołem* to umiejętnie wybrane epizody z jego życia, potwierdzające jego wizerunek „miłośnika kobiet i trunków”, a jednocześnie ukazujące go jako człowieka, który „Wydaje się, że wszystko przeżył, wszystko wie, wszystko czytał. Zna się na ludziach i umie słuchać”, choć jednocześnie „płaci dużą cenę za swoją przenikliwość. Jest egocentrykiem. Uwielbia czytać własne teksty”⁷⁶. W następującej później rozmowie czytelnik poznawał członków rodziny J. Pilcha, którzy wywarli największy wpływ na jego życie, w mniejszym stopniu poruszane są w niej sprawy związane z pisarstwem. Podobnie było w przypadku wywiadu z W. Kuczokiem, gdzie R. Praczyński pytał przede wszystkim o sprawy związane z życiem osobistym pisarza, który m.in. wyznał: „Marzę o domu na wsi, w którym mógłbym zamieszkać z kobietą i dzieckiem”⁷⁷ i przyznał: „Nie potrafię odnaleźć się w pewnych wymiarach codzienności. [...] Etatowa praca, dyspozycyjność, absurdalnie krótkie urlopy – to nie dla mnie”⁷⁸. W tekście zamieszczono kopię okładki powieści *Gnój*, ale pojawiło się tylko jedno pytanie jej dotyczące.

Niemal w każdym przypadku na początku wywiadu znajdował się powszechnie stosowany „chwyt”: kilka zdań na temat rozmówcy, które miały przykuć uwagę czytelnika, rozbudzić jego ciekawość i spowodować, że przeczyta zamieszczony poniżej zapis rozmowy. O T. Piątku informowano:

Napisał wstrząsającą powieść „Heroina”. O młodych warszawiakach biorących narkotyki. O świecie, w którym nie ma miłości, moralności, prawdy. Poznał go doskonale. Sam brał⁷⁹,

o I. Sowie:

Blondynka o niebieskich oczach. Bała się śmierci, więc poszła na terapię. Nie chciała mieć szefa, więc została pisarką. Jej powieści są bestsellerami⁸⁰.

⁷⁵ R. Praczyński, *Chłopiec z kuszą*, „Elle” 2001, nr 1, s. [60]–65.

⁷⁶ *Ibidem*, s. 63.

⁷⁷ R. Praczyński, *Mózg mam normalny*, „Elle” 2003, nr 7, s. 29.

⁷⁸ *Ibidem*.

⁷⁹ R. Praczyński, *Ja i heroina*, „Elle” 2002, nr 6, s. 111.

⁸⁰ R. Praczyński, *Już mi lżej ze sobą*, „Elle” 2003, nr 6, s. [88].

O bohaterce kolejnego wywiadu, M. Dygat:

Przyjacielska. Ale złośliwa i humorzasta. W Ameryce i Polsce ma trzy domy. Nigdy nie pracowała. Zyskała rozgłos książką o ojcu. Właśnie wydaje drugą powieść⁸¹,

o A. Bojarskiej:

Orgia seksualna w domu amerykańskiego dziennikarza w Warszawie z udziałem polityków i aktorek. Niemieccy policjanci katują więźniów. Kto jest zły: policja czy terroryści? Żeby awansować, dziennikarka śpi z szefową lesbijką. To tematy powieści Anny Bojarskiej, pisarki nazywanej skandalistką. A jak wygląda jej prywatne życie? Czy zna terrorystów? Z kim romansowała? Czy jest podobna do Toski, bohaterki swojej powieści?⁸²

Wywiady urozmaicane były zdjęciami, niekiedy także kopią okładki najnowszej książki pisarza i podstawowymi danymi bibliograficznymi na jego temat.

Założenie owych rozmów było podobne jak w przypadku „Zwierciadła” czy „Twojego Stylu”: starano się uwypuklić te wątki z życia rozmówców, które mogły zainteresować odbiorcę ekskluzywnego pisma kobiecego, jakim było „Elle”. Przyciągnięciu uwagi odbiorcy służyć miały również tytuły. Wśród najciekawszych znalazły się m.in.⁸³: *Chłopiec z kuszą, Człowiek z klanu, Dość biadolenia, Gonię kanarka na dachu, Jakaś moja prawda, Już mi lżej ze sobą, Narzeczona Winnetou, Nie zostawię mamy, Piszę książki, których mi brakuje, Przychodzę ostatni, Skandalistka Anna B., Smoki, anioły i dzieci, Szczęście ma kształt serca, Zakochany po końce włosów, Zaprogramowana na szczęście*.

Spełniały one z powodzeniem funkcję, jaką pełnią zazwyczaj hasła reklamowe w anonsach wydawniczych. Tych jednak na łamach omawianego magazynu było bardzo mało. Warto jednak przyjrzeć się tym, które trafiły do czytelników ciągu pięciu lat.

3.4.3.3. *Książka potrzebna czytelnikom*⁸⁴: reklamy książek

Podobnie, jak było to w przypadku „Twojego Stylu”, tak i na łamach „Elle” znalazło się bardzo dużo ogłoszeń. Większość z nich dotyczyła jednak ubrań, kosmetyków, a także artykułów higienicznych. Bardzo niewielka

⁸¹ R. Praszyński, *Wybaczyłam ojcu*, „Elle” 2003, nr 5, s. [64].

⁸² B. Pawłowicz, *Skandalistka Anna B.*, „Elle” 2002, nr 7, s. [74].

⁸³ Zob. kolejno: „Elle” 2001, nr 1, s. 64–65; 2004, nr 7, s. [48]; nr 5, s. 52; 2005, nr 8, s. [72]–73; 2001, nr 10, s. [62]; 2003, nr 6, s. 88–89; 2001, nr 4, s. [46]; 2004, nr 3, s. 40–41; 2005, nr 11, s. 56; 2003, nr 2, s. 66–69; 2002, nr 7, s. [74]–78; 2005, nr 10, s. [43]; 2004, nr 6, s. [78]–[79]; 2002, nr 4, s. [90]–92, 94; 2004, nr 3, s. [50].

⁸⁴ Hasło reklamowe jednego z anonsów, zob. „Elle” 2003, nr 6, s. [77].

część związana była z problematyką, ujętą w temacie tej pracy. Zaledwie 17 zaliczyć można do typowych inseratów wydawniczych⁸⁵. Dodać do nich należy jednak dziewięć „ogłoszeń”, mających specyficzną formę, którą można umiejscowić na pograniczu recenzji i reklamy. Nieco większą grupę stanowiły ogłoszenia, reklamujące akcje, inicjowane bądź współorganizowane przez magazyn. Najliczniej reprezentowana była promocja innych czasopism, w tym również wydawanych przez Hachette Filipacchi.

Jakkolwiek liczba anonsów wydawniczych była niewielka, to jednak warto przytoczyć dane dotyczące każdego z badanych roczników pisma⁸⁶ (tabela 57).

Tabela 57. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Elle” w latach 2001–2005

Rok	Liczba inseratów książkowych
2001	–
2002	–
2003	13 ^a
2004	8
2005	5
Ogółem	26

^a W tej liczbie znalazło się dziewięć wspomnianych wcześniej, charakterystycznych reklam, które zostaną omówione w dalszej części podrozdziału.

Źródło: badania własne.

Większość reklam znalazła się w ramach działu kulturalnego, a tylko siedmiokrotnie pojawiły się one w innych miejscach pisma. W pięciu przypadkach w anonsie znalazł się więcej niż jeden tytuł książki. Raz były to dwie propozycje, a czterokrotnie trzy tytuły.

Czytelnikom „Elle” zaproponowano książki 19 autorów, w tym 11 polskich i 8 obcych. Trzykrotnie zachęcano do kupna książki współpracowników periodyku: dwukrotnie były to powieści D. Terakowskiej: *Dobry adres to człowiek* [pis. oryg.] oraz *Ono*, raz *Dziennik Toskański* T. Capponi-Borawskiej.

Reklamy obejmowały ofertę ośmiu wydawców. Byli to: Jacek Santorski & Co, Lampa i Iskra Boża, POST, Wydawnictwo Prószyński i S-ka (ośmiokrotnie), Rosner & Wspólnicy, Świat Literacki (dwukrotnie), Wydawnictwo

⁸⁵ Niezależnie od powtarzalności reklamy danego tytułu.

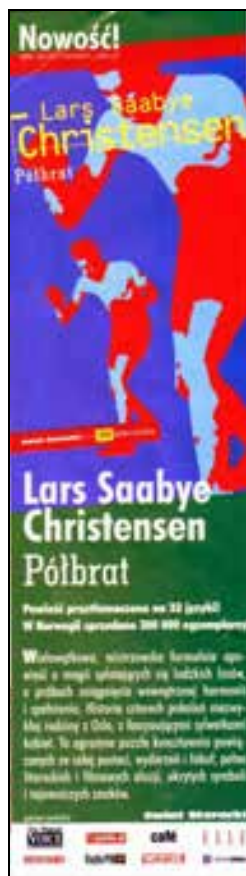
⁸⁶ Ze względu na niewielką liczbę ogłoszeń wydawniczych zrezygnowano w tym przypadku z dwóch tabel, które zamieszczono w poprzednich rozdziałach, a które odwzorowywały tytuły najczęściej reklamowane na łamach danego pisma.

Amber oraz Wydawnictwo Literackie. W ośmiu przypadkach nie podano nazwy wydawcy, ale dotyczyło to wspomnianej wcześniej charakterystycznej formy reklamy.

Większość z anonsów była niewielka objętościowo: obejmowała kolumnę na stronie. Jednak każda z nich była starannie przygotowana pod względem graficznym. Oto przykład – zdjęcia 138 i 139.



Zdjęcie 138. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 6, s. [77]



Zdjęcie 139. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2005, nr 1, s. [42]

W pierwszym przypadku reklamodawca przypominał odbiorcom poprzednią książkę autorki, powieść, która osiągnęła sukces. W określeniu potencjalnego adresata krył się rodzaj wyzwania, bo któż z czytelników „Elle” chciałby „żyć pod kloszem”? Hasła reklamowe były krótkie, ale to one zdawały się najbardziej zwracać uwagę i sygnalizować, że książka budzi

W pierwszym inseracie zamieszczono kopie okładek proponowanych książek, przy których pojawiła się jednozdaniowa adnotacja: raz informująca o zdobytej przez książkę nagrodzie, następnie podkreślająca rangę autora, kilkakrotnego kandydata do Nagrody Nobla, i wreszcie mówiąca o nominacji do prestiżowych nagród literackich.

W drugiej reklamie pojawiły się kopie trzech okładek, ale nacisk położony został na jedną z książek, która zamykała trylogię; dalsze losy bohaterki dwóch wcześniejszych powieści zostały krótko naszkicowane, sugerując jednocześnie optymistyczne zakończenie.

W trzecim ogłoszeniu pojawił się nowy element: reklamodawca cytował opinie dwóch recenzentów, przy czym jedną z nich było omówienie, drukowane na łamach „Elle”. I tu znalazła się krótka adnotacja, przybliżająca treść powieści. Zamieszczona została również zapowiedź kolejnej książki tej samej autorki. Elementem, łączącym wszystkie te reklamy, są kopie okładek proponowanych książek, a także wyrazista grafika anonsów.

Inną postać przybrała wspomniana powyżej ciekawa forma informacji o książce, która pojawiła się na łamach magazynu po raz pierwszy w numerze 4 w 2003 r. Drukowano ją w rubryce poświęconej książkom obok kolumny recenzyjnej w formie kilku zdań, zatytułowanych *Uwaga, reklama!* Po raz ostatni znalazła się ona w numerze 12 (2003). Niemal w każdym przypadku cytowano opinię autora o prezentowanej w ten sposób książce. Oto przykłady wybranych ogłoszeń – zdjęcia 143 i 144.



Zdjęcie 143. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 4, s. 22



Zdjęcie 144. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 7, s. 36

Stałym elementem była tu kopia okładki tak proponowanej książki, a także ciekawie rozmieszczone zdania. Charakterystyczny był fakt, że nie podawano nazwy wydawcy, choć na niektórych kopiach okładek była ona widoczna. Dzięki temu do czytelnika pisma dotarła informacja o dziewięciu tytułach dziewięciu różnych autorów (ośmiu rodzimych i jednym obcym).

Pomimo pewnej oryginalności w tego rodzaju przekazie reklama wydawnicza była bardzo skromnie reprezentowana na łamach magazynu. Niewielka liczba proponowanych w ten sposób tytułów uniemożliwia głębszą analizę.

3.4.3.4. *Poezja dnia codziennego*⁸⁷: inne formy informacji o książce

Książka była obecna na łamach „Elle” przede wszystkim poprzez zamieszczane tu recenzje, omówienia, streszczenia i wywiady oraz w niewielkim stopniu reklamy. Poza tymi formami informacji o świecie literatury, sporadycznie pojawiały się także inne, chociaż ich liczba była niewielka (135). Wzorem wcześniej omawianych periodyków, zamieszczono poniżej wyodrębnione kategorie informacji, które można zaliczyć do grupy bezpośrednio lub pośrednio związanych z książką:

- portrety/sylwetki (8);
- artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynku wydawniczo-księgarskiego, w tym teksty okolicznościowe (4);
- ekranizacje, adaptacje oraz inscenizacje znanych utworów (32);
- konkursy i akcje (14);
- inne (77).

Zwraca uwagę niewielka, w porównaniu z wcześniej omawianymi piśmami liczba odpowiadająca każdej z kategorii. Nadto, poza ostatnią z wymienionych („inne”), są one bardzo skromnie prezentowane pod względem merytorycznym.

Jakkolwiek często przedstawiano sylwetki wybranych osób, to jednak bohaterami tego typu tekstów byli (podobnie jak w przypadku wywiadów) przede wszystkim aktorzy, piosenkarze, modele lub żony sławnych mężów, reprezentujących inne, poza kulturą, sfery życia. W ciągu analizowanych 5 lat zaledwie w 8 przypadkach przedstawiono postacie związane bezpośrednio lub pośrednio z literaturą. Byli to: Leszek Kołakowski, Toni Morrison, Krystyna Łubieńska⁸⁸, R. Praszyński, Krzysztof Siwczyk, Wit Szostak, rodzina Szumowskich i D. Terakowska⁸⁹.

Pamiętać jednak należy, że, jak wspomniano wcześniej, wiele wywiadów poprzedzonych było portretami rozmówców.

Druga kategoria tekstów była równie skromnie reprezentowana: zaledwie w czterech numerach pojawiły się publikacje, które podnosiły obszerniej kwestie związaną z książką. W numerze 3 (2002) pojawił się tekst

⁸⁷ „Elle” 2003, nr 2, s. [146].

⁸⁸ Była ona wnuczką sportretowanej w *Przedwiośniu* przyjaciółki S. Żeromskiego.

⁸⁹ Z powodu skromnej liczby portretów, a przede wszystkim ze względu na fakt, że ich bohaterowie byli (poza jednym wyjątkiem) tylko pośrednio związani z literaturą, nie opisywano szerzej tej kategorii, podobnie jak publikacji związanych z rynkiem książki.

dotyczący komiksu. W numerze 6 (2001) opisywano rynek poradników seksualnych w Polsce, a w numerze 8 (2003) pisano o blogach jako o nowym rodzaju literatury. W numerze 2 (2001) pojawił się tekst o drugiej części książki H. Fielding i o ludziach, którzy identyfikują się z Bridget Jones.

Częściej pisano o ekranizacjach znanych dzieł lub ich inscenizacjach (32). Informacje te drukowano przede wszystkim w dziale kulturalnym, w różnych jego rubrykach, głównie tych poświęconych kinu lub teatrowi. Dwukrotnie znalazły się one w ramach odpowiednio *Portretu Elle* i *Reportażu Elle*. Zazwyczaj przybierały postać kilku lub kilkunastozdaniowych notek, choć w pięciu przypadkach zajęły odpowiednio: trzykrotnie cztery strony, raz dwie strony i raz jedną stronę w magazynie. Dzięki nim czytelnicy dowiedzieli się m.in. o ekranizacji *Wiedźmina*, ekranizacji powieści Ismaila Kadaré, ekranizacji *Pornografii* w reżyserii Jana J. Kolskiego, Pawła Huelle *Weisera Dawidka*, inscenizacji *Mistrza i Małgorzaty* Michaiła Bułhakowa czy o najbardziej kontrowersyjnym spektaklu *Oczyszczeni* Sarah Kann w reżyserii Krzysztofa Warlikowskiego.

Pisano także o IX Międzynarodowym Festiwalu Szekspirowskim w Trójmieście, o 14. edycji Międzynarodowego Festiwalu Teatralnym Malta w Poznaniu oraz przedstawiono relację (głównie zdjęciową) z XXIX Festiwalu Filmów Polskich.

Były to jednak przeważnie krótkie, powierzchowne informacje.

3.4.3.4.1. Konkursy i akcje

Także i ta forma promocji książki na łamach „Elle” była bardzo skromnie reprezentowana. Zaledwie 14 razy pojawiła się informacja związana z konkursami lub akcjami, nawiązującymi do zagadnień nas interesujących, przy czym tylko raz zamieszczono ją w formie reklamy.

Najważniejszą inicjatywą związaną z książką był konkurs o *Złote Pióro* na współczesną powieść dla kobiet, organizowany wspólnie z Klubem Świat Książki od 2001 r. Najlepszą nadesłaną pracę wybrać miało jury w składzie: K. Grochola, przedstawiciele „Elle” (E. Awdziejczyk, R. Praszyński) oraz reprezentanci Klubu (Bogdan Dąbrowski, Iwona Janas, Barbara Miecznicka) i sekretarz konkursu: Malwina Głowacka⁹⁰. Główną nagrodą było wydanie i dystrybucja wybranej powieści, nadto na jej twórcę czekało wynagrodzenie autorskie. Poza nagrodą główną trzech uczestników otrzymywało wyróżnienia w postaci wiecznych piór (każde o wartości 2400 zł)⁹¹. Inicjatywa ta była promowana również w innych czasopismach, na przykład na

⁹⁰ W kolejnych edycjach zmieniał się nieznacznie skład jury, np. w 2002 r. pojawiła się w nim m.in. J. Kobus, kierująca działem kulturalnym w tygodniku „Wprost”.

⁹¹ [br. aut.], *Konkurs o Złote pióro!*, „Elle” 2001, nr 8, s. [39].

łamach tygodnika „Wprost”. Laureatami kolejnych edycji byli: Katarzyna Pisarzewska (*Halo, Wikta!*, 2002), Agnieszka Stefańska (*Extra Vergine*, 2003), Sławomir Górczyński (*Babol*, 2005)⁹². Z autorami nagrodzonych książek przeprowadzano wywiady, a w przypadku pierwszej edycji redakcja zaproponowała również konkurs, nawiązujący do wydanej książki-laureatki. Wystarczyło odpowiedzieć na dwa pytania i wziąć udział w losowaniu nagrody, którą była nagrodzona książka.

W ciągu pięciu lat była to jednak tylko jedna inicjatywa, którą można zaliczyć do konkursów literackich organizowanych przez magazyn. Raz pojawiło się także ogłoszenie dotyczące konkursu wydawnictwa Znak na książkę dla dzieci⁹³. Sporadycznie znaleźć można również ogłoszenia, które pośrednio i w sposób luźny nawiązywały do książki, lub takie, w których była ona nagrodą. Na przykład w jednym z numerów pojawiło się pytanie, wymagające znajomości powieści *Dziennik Bridget Jones* lub jej ekranizacji⁹⁴. Inny konkurs polegał na przedstawieniu własnej deklaracji miłosnej w formie sms-owej, w kolejnym zaproponowano „Zadanie polegające na ułożeniu hasła reklamującego SPA jako nową filozofię pielęgnacji ciała”⁹⁵. Jeśli proponowano czytelnikom „Elle” tego rodzaju wysiłek intelektualny, to były to głównie takie próby.

Ostatnią grupę informacji związanych z książką stanowi kategoria, określona mianem Inne (77). Wśród nich można wyróżnić dodatkowo kilka mniejszych grup.

Pierwsza z nich, najobszerniejsza, obejmuje krótkie (zazwyczaj kilkudzaniowe) wzmianki, zapowiadające ukazanie się nowej książki na rynku, odnoszące się do wybranego, aktualnego epizodu z życia pisarza lub dotyczące innego faktu, zdarzenia czy miejsca, uznanego przez redakcję za wystarczająco ciekawe, by wzbudzić zainteresowanie czytelnika. Można tu wymienić informację o internetowej wypożyczalni książek, o stronach internetowych, poświęconych Małemu Księciu, ale i o wyjściu za mąż i urodzeniu dziecka przez H. Fielding, a także notkę o kapelach Pidżama Porno i Strachy na Lachy, które nagrały m.in. płytę z krakowskim poetą, M. Świetlickim, o poetyckim czacie www.multipoezja.onet.pl, gdzie zgromadzeni raz w tygodniu piszą wspólnie wiersz na wcześniej ustalony temat i gdzie każdy może wysłać propozycję własnej linijki. W tej grupie znalazła się też informacja na temat blogów w USA i Polsce, a wśród nich o jednym, którego autorka wydała swe zwierzenia drukiem, a książka stała się best-

⁹² W 2004 r. jury postanowiło nie przyznawać głównej nagrody.

⁹³ „Elle” 2003, nr 5, s. 22.

⁹⁴ „Elle” 2001, nr 10, s. [62].

⁹⁵ [br. aut.], *Wyniki konkursu*, „Elle” 2001, nr 11, s. [18].

sellerem. Czytelnicy magazynu dowiedzieli się także o pojawieniu się w sprzedaży m.in. takich książek, jak: *Ładna kuchnia w weekend* oraz *Teren prywatny* (Barbary Kosmowskiej). Znaleźli również zapowiedzi wydawnicze: nowego tomiku poezji Beaty Pawłowicz *Nad duszność wyjść rzeczy* oraz ekskluzywnego wydania wszystkich kryminałów A. Christie. W formie krótkich notek polecano czytelnikom magazynu także sięgnięcie po wybrane książki, na przykład H. Fielding *Przewodnik po życiu według Bridget Jones* czy K. Grocholi *Nigdy w życiu!*.

Drugą z grup, mieszczących się w kategorii „inne” stanowią teksty, w których książka pojawiała się niejako „przy okazji”. I tak na przykład, A. Niedzielska pisząc o odchudzaniu, podawała informację, z jakich lektur korzystała (Michel Montignac: *Jeść, aby schudnąć i Dieta dla biznesmena*). Na końcu publikacji dotyczącej małżeńskich konfliktów pojawiła się propozycja *Poczytaj sobie* i dane dotyczące dwóch książek (E.-E. Schmitt: *Małe zbrodnie małżeńskie*; R. Skynner, J. Cleese, *Życie w rodzinie i przetrwać*)⁹⁶.

Także niejako „przy okazji”, w tekstach poświęconych innym zagadnieniom, pojawiała się osoba pisarza (lub innego przedstawiciela świata książki) albo też jego opinia na dany temat. Na przykład w tekście stanowiącym rodzaj zbiorowego portretu współczesnych znanych trzydziestolatków zaprezentowano sylwetkę W. Kuczoka. W swego rodzaju sondzie na temat tego, co podoba się najbogatszym Polakom, pojawiły się zwierzenia Wiesława Uchańskiego, prezesa Wydawnictwa Iskry. W innej publikacji o kobietach opowiadał m.in. Piotr Diehl, także edytor.

W porównaniu z magazynami „Zwierciadło” czy „Twój Styl”, z „Elle” współpracowało niewielu pisarzy⁹⁷. W badanym okresie jedynie D. Terakowska zamieszczała swoje felietony w stałym cyklu *Elle opinie* → *Elle moim zdaniem* (w latach 2003–2004). Inny autor, M. Cegielski, przygotowywał rubrykę muzyczną.

Trzykrotnie zamieszczono na łamach pisma fragmenty wybranych książek. Były to kolejno: komiks *Tomek, Romek i A'Tomek*⁹⁸; pamiętnik Latify: *Ukradziona twarz*⁹⁹, powieść K. Pisarzewskiej *Halo, Wikta*¹⁰⁰.

⁹⁶ „Elle” 2005, nr 12, s. 72.

⁹⁷ Ich teksty także zaliczono do kategorii Inne, podobnie jak fragmenty powieści, drukowane na łamach pisma.

⁹⁸ „Elle” 2001, nr 8, s. 40.

⁹⁹ „Elle” 2002, nr 2, s. 76.

¹⁰⁰ „Elle” 2002, nr 5, s. 106.

3.4.4. *Gazeta jak rolls-royce*¹⁰¹. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Informacje związane z prasą pojawiały się na łamach magazynu w dwojaki formie: jako dłuższe teksty lub krótkie wzmianki oraz w postaci reklam.

W pierwszej grupie wyodrębniono 37 pozycji. Część z nich znaleźć można było w dziale kulturalnym, inne pojawiały się w ramach rubryk: *Adresy Elle*, *Elle demaskuje*, *Flesz Elle*, *Koneksje*, *Ranking Elle*, *Reportaż Elle*. Niemal połowa z nich zajmowała przynajmniej stronę w piśmie, pozostałe miały objętość kilkunastu zdań.

W numerze lipcowym w 2005 r. ukazał się reportaż, związany z jubileuszem 60-lecia „Tygodnika Powszechnego”¹⁰². B. Nowicka przypomniała historię pisma, jego współpracowników, przytaczając jednocześnie ich wspomnienia związane z pracą w redakcji.

Był to jednak jedyny przykład tego typu tekstu; pozostałe wydają się znacznie bardziej wpisywać w politykę pisma. I tak Aneta Kołaszewska pisała o dziennikarzach śledczych¹⁰³, a M. Barcz o paparazzich¹⁰⁴. Kilkakrotnie pojawiły się również relacje, głównie zdjęciowe, z rozmaitych imprez prasowych, na przykład z wręczenia Paszportów „Polityki”¹⁰⁵, a także Złotych Kaczek, nagród magazynu „Film”¹⁰⁶ czy z Balu Dziennikarzy¹⁰⁷.

Kupujący „Elle” mogli dowiedzieć się także m.in. o tym, jakie są różnice w czytaniu gazet przez kobiety i mężczyzn, i o tym, że brytyjski magazyn „Tatler” ogłosił listę osób najchętniej zapraszanych na przyjęcia. Na łamach periodyku znalazła się również notka o pojawieniu się nowego magazynu *A4*, poświęconego „modzie, kulturze i stylowi życia”, o gazecie australijskiej „Not is Magazine”, o formacie 1,5 m na 2 m czy o specyficznym wydaniu magazynu „Visionaire”, wypalonym laserem.

Drugą grupę informacji związanych z prasą stanowiły reklamy. Były to przede wszystkim ogłoszenia promujące inne periodyki. Takich anonsów było w ciągu 5 lat 183. Pojawiły się w nich rozmaite tytuły różnych periodyków, a wśród nich m.in.: „Aktivist”, „Avanti”, „Cztery kąty”, „Logo”, „Marie Claire”, „Kobieta” [magazyn interaktywny], „Maxim”. Najczęściej jednak powtarzały się reklamy promujące tytuły wydawnictwa Hachette Filipacchi: „Elle Decoration” (38 razy), „Film” (47 razy) i „Samo Zdrowie” (42 razy). Oto wybrane przykłady ogłoszeń (zdjęcia 145 i 146):

¹⁰¹ Tytuł jednej z notek, zob. „Elle” 2004, nr 11, s. 56.

¹⁰² „Elle” 2005, nr 7, s. 56–58.

¹⁰³ „Elle” 2002, nr 5, s. 96, 98, 100.

¹⁰⁴ „Elle” 2004, nr 12, s. [88], 90.

¹⁰⁵ „Elle” 2002, nr 3, s. [24].

¹⁰⁶ „Elle” 2001, nr 5, s. [22].

¹⁰⁷ „Elle” 2003, nr 5, s. 32.



Zdjęcie 145. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 1, s. [54]



Zdjęcie 146. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 1, s. [36]

Uwagę czytelników zwracały ciekawie dobrane kolory. Jednocześnie każda z reklam składała się z tych samych elementów: kopii okładki polecanego periodyku i hasła reklamowego, oddające charakter danego pisma.

Znaczną grupę stanowiły reklamy promujące „Elle”: ich przedmiotem była prenumerata magazynu, zapowiedź następnego numeru, nierzadko z „prezenterem” w postaci torby, kosmetyczki lub filmu na płycie dvd. Poza czasopismami reklamowano także Charytatywny Bal Dziennikarzy i samą prasę. I w tym przypadku, podobnie jak było to we wcześniej omawianych periodykach, ogłoszenia te miały oryginalny wygląd (zdjęcie 147).



Zdjęcie 147. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle” „Elle” 2003, nr 5, s. [78]

Pomimo niewielkiej liczby elementów, składających się na powyższe reklamy, zwracały one uwagę odbiorcy swoją oryginalnością.

Podsumowując, magazyn „Elle”, jak wykazała analiza, okazał się najmniej otwarty na sprawy związane z książką. Recenzje, zamieszczone w badanym okresie, w większości przypadków były powierzchowne, bliżej im było do wzmianek niż do rzetelnego omówienia. Reklam wydawniczych pojawiało się bardzo mało, podobnie tekstów poruszających kwestie związane z literaturą, w tym książką. Jakkolwiek pismo uznawano za typowy tytuł poświęcony modzie, to jednak samo kwalifikowało się do periodyków z tzw. wyższej półki, aspirując do miana ekskluzywnego magazynu dla kobiet. Jednak nie do końca spełniało założenia związane z tego typu pismem. Pomimo, że zagadnieniom kultury poświęcano kilka stron, a nawet przeznaczono nań oddzielny dział, to kwestie dotyczące

książki były w nim traktowane marginalnie. Dobór lektur był jeśli nie przypadkowy, to oparty na trudnym do uchwycenia jednoznacznym kryterium. W przypadku innych form informacji o książce takim czynnikiem, co warto powtórzyć, zdawała się być moda. Zaletą działu i zamieszczonej w nim rubryki książkowej, podobnie jak całego magazynu, była grafika. Można chyba pokusić się o stwierdzenie, że w przypadku tego tytułu, i w odniesieniu do interesujących nas zagadnień przeważnie forma brała górę nad treścią.

3.5. *Po stronie kobiet*¹: „Zwierciadło”, „Twój Styl”, „Elle” a książka – wnioski porównawcze

Jak już stwierdzono, prasa kobieca po 1989 r. rozwijała się najprężniej; to właśnie w tej grupie pojawiło się najwięcej nowych czasopism o zasięgu ogólnopolskim. Niewielu tytułom zakorzenionym na rynku udało się przetrwać walkę o czytelnika (należało do nich „Zwierciadło”), inne zaś wzorowały się na periodykach zachodnich (jak na przykład „Twój Styl”) bądź stanowiły polską edycję pism zagranicznych (m.in. „Elle”) lub były ich kalkami (znaczna część pism z tzw. dolnej półki).

Poddane analizie tytuły należały do tego samego segmentu prasy: ekskluzywnych magazynów, adresowanych do „kobiet sukcesu”. Miały zatem do spełnienia zbliżone cele, pełniły podobne funkcje, a ich zawartość koncentrowała się wokół tych samych bloków tematycznych (praca i rodzina, zdrowie, moda i uroda, rozwój emocjonalny i duchowy kobiety, kultura/rozrywka).

Jednak każdy z analizowanych tytułów miał swoją wyraźną specyfikę, odróżniającą go od pozostałych.

Jakkolwiek tematyka wszystkich trzech była zbliżona (co wynikało z ich definicji), to już na tym poziomie można wyodrębnić pewne różnice pomiędzy nimi. Na łamach „Zwierciadła” widać największe (w porównaniu z „Twoim Stylem” i „Elle”) zainteresowanie zagadnieniami dotyczącymi wychowania i równie duże, charakterystyczne dla tego miesięcznika, zaangażowanie w kwestie związane z psychologią, psychoanalizą i nowoczesnymi technikami terapeutycznymi.

Natomiast „Twój Styl” zdawał się najbardziej wpisywać w formułę ekskluzywnego magazynu kobiecego. W dużym stopniu podporządkowywał on zawartość swej naczelnej idei: promocji działań, dzięki którym kobieta osiągnie w każdej dziedzinie sukces, pogodzi życie zawodowe z prywatnym, zachowując przy tym urodę, a wszystko to zawdzięczając sile, którą rozwinię w sobie m.in. dzięki poradom, zawartym w czytanim przez siebie piśmie.

Z kolei „Elle” w największym spośród opisanych tytułów stopniu zajmował się modą i jak już zostało podkreślone, było pismem „modowym”, podporządkowanym trendom w różnych dziedzinach życia, poczynając od prezentacji kolekcji ubrań, poprzez nowoczesne urządzenie domu, a kończąc na nowinkach ze świata kultury, nierzadko ocierających się o plotkę i sensację. Było pismem w pewnym sensie po prostu snobistycznym.

¹ J. Pieńkowska, *Po stronie kobiet*, „Twój Styl” 2005, nr 12, s. 90.

O ile forma przekazu była podobna w przypadku dwóch pierwszych miesięczników, o tyle na łamach trzeciego z nich czytelnik odnajdował treści podane w lżejszej, ale jednocześnie nierzadko powierzchownej formie.

Z deklaracji redakcyjnych wynikało, że „Zwierciadło” i „Twój Styl” adresowano do kobiet w niemal tym samym przedziale wiekowym (analogicznie: 20–44 lata, 20–50 lat), jednak zawartość obydwu periodyków zdawała się wskazywać, że dane te należałoby odwrócić: pierwszy z tytułów mógłby zainteresować starsze od czytelników „Twojego Stylu” audytorium. Natomiast „Elle” wyraźnie skierowane było do kobiet, które nie przekroczyły 40 lat. Przypominało niekiedy bardziej periodyk adresowany do starszych dziewcząt niż dojrzałych kobiet.

Interesujące spostrzeżenie wynika z porównania konkursów i akcji związanych z książką, przeprowadzanych szczególnie przez dwa pierwsze tytuły, które były pomysłodawcami licznych przedsięwzięć tego typu. Zarówno na łamach jednego, jak i drugiego, pojawiła się propozycja pisania dzienników przez czytelników: konkurs *Dzień po dniu* to pomysł, który odnaleźć można w „Zwierciadle” (po raz pierwszy zaproponowano go w 2004 r.), a *Miesiąc z życia kobiety* to inicjatywa „Twojego Stylu” (po raz pierwszy zorganizowana w 1998 r.). Kolejny podobny projekt to konkurs poetycki o tematyce miłosnej („Zwierciadło”: *Snuć miłość*; „Twój Styl”: wiersz o miłości). Nadto zwyczajem obydwu periodyków było przedstawienie określonego tematu, na który czytelnicy napisać mieli opowiadanie lub esej, zaś autorzy najlepszych prac otrzymywali nagrody, niejednokrotnie książkowe. Jednym z przykładów był konkurs adresowany tylko do kobiet: *Życie zaczyna się po czterdziestce*, to temat zaproponowany przez „Zwierciadło”. Z kolei „Twój Styl” zadał swym czytelniczkom pytanie: *Kiedy współczesna kobieta czuje się kobietą?* Już choćby w tym przypadku widoczny był charakter obydwu miesięczników: pierwszy stawiał na praktyczną stronę życia, zaś w podtekście proponowanego tematu pojawiał się z jednej strony optymizm („zaczyna się...”), z drugiej - gotowość do pocieszenia tych, dla których granica 40 lat życia jest trudną do przejścia barierą. Natomiast w temacie zaproponowanym przez „Twój Styl” pojawił się pewien rodzaj intymności, podkreślenie kobiecości, a więc tych kwestii, które często były podnoszone przez magazyn („Urodziłam się kobietą – więc chcę żyć jak kobieta, korzystać z atrybutów swojej kobiecości i mieć świadomość, że nie jestem ani mniej, ani więcej od mężczyzny warta; jestem po prostu inna”²). Tradycją stały się również konkursy sms-owe, obecne na łamach dwóch pierwszych tytułów. Natomiast w przypadku trzeciego z omawianych

² Fragment jednej z nadesłanych na konkurs prac. [br. aut.], *Oblicza kobiecości*, „Twój Styl” 2001, nr 9, s. [186].

magazynów, „Elle”, ta forma informacji o książce była niezwykle skromnie prezentowana. Jedyną tego typu inicjatywą był bowiem, przypomnijmy, konkurs o *Złote Pióro*, zorganizowany wspólnie z Klubem Świat Książki, w którym proponowano czytelnikom, by spróbowali swych sił jako autorzy współczesnej powieści dla kobiet.

Podobnie periodyk ten nie zapisał się w owym czasie w ogólnej świadomości odbiorców mediów szczególnie spektakularnymi akcjami, plebiscytami czy rankingami o charakterze ogólnym, już nie związanymi z książką. *Trofea Elle* kojarzone były przede wszystkim przez celebrytów i osoby zainteresowane modą. Z kolei dwie inne akcje: *Kobieta Bezpieczna* oraz *Dzieci ulicy*, jakkolwiek potrzebne, ważne i wartościowe, nie były jednak na tyle szeroko rozpropagowane, by dotrzeć do szerokiego odbiorcy. Nieco lepiej przedstawiała się w tym względzie sytuacja „Zwierciadła”, aczkolwiek i w tym przypadku organizowane przezeń akcje miały przeważnie stosunkowo wąskie grono odbiorców, ograniczone w znacznej mierze do czytelników pisma. To oni przede wszystkim wiedzieli o istnieniu Instytutu Psychospołecznego Zwierciadło, choć jednocześnie *Kryształowe Zwierciadła* znało już więcej osób (choćby słuchacze radia).

Inaczej było w przypadku akcji, organizowanych przez „Twój Styl”. Hasło *Doskonałość Roku* kojarzone było przez wiele kobiet, nie tylko czytelniczek magazynu. Jednak jego niewątpliwą zasługą, o zupełnie innym charakterze, było zwrócenie uwagi na problem związany z chorobą raka piersi i systematyczne organizowanie nawiązującej doń kampanii: *Zdążyć przed rakiem. Październik miesiącem szansy*.

I to właśnie ten miesięcznik był najczęściej nagradzany, podobnie jak jego współpracownicy. Zarówno „Zwierciadło”, jak i „Elle”, jakkolwiek także uhonorowane kilkoma tytułami czy wyróżnieniami, pozostawało w tym względzie rzadziej dostrzegane.

Każdy z periodyków kilkakrotnie zmieniał szatę graficzną, chociaż w okresie objętym tematem pracy owe modyfikacje były nieduże. Zbliżona była również objętość pojedynczych numerów każdego z magazynów: „Zwierciadło” obejmowało średnio 180 stron, „Twój Styl” liczył ich 200, a „Elle” trafiało do czytelników w objętości ok. 178 stron.

Najwięcej miejsca na informacje kulturalne, w które wpisywały się materiały związane z książką, poświęcał „Twój Styl” (12 stron, środkowa część magazynu), drugie miejsce zajmowało „Zwierciadło” (10 stron, także środkowa część pisma), ostatnie przypadło „Elle” (7 stron, w pierwszej części danego wydania). Jednak największe zainteresowanie problematyką dotyczącą literatury przejawiał najstarszy z badanych periodyków. W tabeli 58 zaprezentowano dane statystyczne obrazujące stopień zaangażowania każdego z miesięczników w promowanie literatury, w tym książki.

Tabela 58. Porównanie liczby informacji o książce na łamach magazynów: „Zwierciadło”, „Twój Styl”, „Elle” w latach 2001–2005

Wyszczególnienie	„Zwierciadło”	„Twój Styl”	„Elle”
Recenzje, omówienia, streszczenia	407	262	444
Wywiady	58	73	75
Reklamy książek	150	77	26
Portrety/sylwetki	70	35	8
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	37	22	4
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje	27	45	32
Konkursy i akcje	157	65	14
Listy bestsellerów	-	2	-
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	14	7	2
Inne	345	312	77
Ogółem	1 265	900	682

Źródło: badania własne.

Pomimo, że przewaga liczbowa „Zwierciadła” nad dwoma pozostałymi tytułami nie jest tak duża jak w przypadku „Polityki”, dystansującej swych rywali w tym względzie, to jednak porównując te dane z analogicznymi przypadającymi w udziale „Elle”, zauważamy, że (pomimo niektórych kategorii), jest ona niemal dwukrotnie większa. Jednocześnie, jak dowiedziono tego w analizie, każdy z rodzajów informacji, uwzględnionych w tabeli 58, a zamieszczonych na łamach „Zwierciadła”, cechował się większą rzetelnością, dokładnością, a w przypadku reklam – starannością przygotowania. Największe dysproporcje wystąpiły w przypadku „Zwierciadła” i „Elle”. Liczba inseratów wydawniczych, jaka pojawiła się na łamach polskiej edycji francuskiego magazynu, stanowi zaledwie ok. piątą część wszystkich ogłoszeń tego typu, którą odnaleźć mógł czytelnik „Zwierciadła”. Liczba portretów osób, związanych ze światem literackim, drukowanych w obydwu periodykach, także zwraca uwagę: 70 („Zwierciadło”), 8 („Elle”).

„Twój Styl”, w kontekście danych statystycznych, plasuje się na miejscu drugim, jednocześnie pod względem sposobu przygotowania publikacji zdecydowanie zbliżając się do „Zwierciadła”.

Warto przyrzeć się, jak wyglądała średnia tego typu publikacji, przypadającą na jeden numer, przedstawiona w tabeli 59.

Tabela 59. Średnia liczby informacji, przypadająca na 1 numer^a

Wyszczególnienie	„Zwierciadło” (60 numerów)	„Twój Styl” (60 numerów)	„Elle” (60 numerów)
Recenzje, omówienia i streszczenia	6,7	4,36	7,4
Wywiady	0,8	1,21	1,25
Reklamy książek	2,5	1,28	0,43
Konkursy ^b	2,61	1,08	0,23
Artykuły, poświęcone sprawom książki lub rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	0,6	0,36	0,06
Inne ^c	5,75	5,2	1,28

^a Pominięto pozostałe kategorie, podane w tabeli 58, ponieważ liczby w tych przypadkach były zbyt małe lub nie wnosiły nic dostatecznie charakterystycznego do każdego z porównywanych pism. W dalszej części rozdziału bardziej szczegółowo omówiono różnice i podobieństwa dotyczące 1) recenzji, 2) reklam oraz 3) wywiadów, jako że te formy informacji o książce w najbardziej charakterystyczny sposób wskazywały na przesłanie każdego z periodyków.

^b Wprowadzono dodatkową kategorię, w porównaniu z analogiczną tabelą, zamieszczoną w rozdziale porównującym prasę opinii, ponieważ uznano, że w przypadku czasopism kobiecych konkursy czy akcje przez nie organizowane są ważnym przyczynkiem do dalszych porównań.

^c W tej kategorii znalazły się m.in. felietony pisarzy, fragmenty powieści, opowiadania, a także krótkie wzmianki, związane z książką, nierzadko o charakterze ciekawostek.

Źródło: badania własne.

W obydwu przypadkach zwraca uwagę przewaga recenzji, omówień i streszczeń w przypadku miesięcznika „Elle”. Jednak ich analiza (o czym dokładniej pisano w rozdz. 3.4) utwierdzić może w przekonaniu, że ilość w tym przypadku nie idzie w parze z jakością i pozwala jednocześnie rozwiązać złudzenia, że do czytelników trafiała rzetelna informacja o książce, jaką powinna być recenzja, drukowana w periodyku, mieniącym się pismem adresowanym do wykształconych i ambitnych kobiet, „liderek opinii”³.

Drugą kategorią, w której magazyn ten miał liczbową przewagę nad swymi konkurentami, były wywiady. Te z kolei stanowiły zaletę pisma. Trzecia grupa informacji, która zostanie dokładniej omówiona (reklamy książek) w żadnym z przypadków nie prezentowała się zbyt okazale.

W „Zwierciadle” i „Elle” dominującą formą informacji o książce były recenzje, omówienia i streszczenia, natomiast w „Twoim Stylu” najliczniejszą grupę stanowiła kategoria Inne.

³ <http://www.mediabuy.pl/prasa/Elle/>, kwiecień 2011.

Strony recenzyjne w ciągu badanego okresu kilkakrotnie ulegały zmianom, opisanym w poszczególnych rozdziałach, ale porównując każdą z propozycji, należy podkreślić, że w sposób najbardziej profesjonalny przygotowywane były na łamach „Zwierciadła”. Spostrzeżenie to dotyczy w równym stopniu formy omówień, informacji bibliograficznych (wśród których znalazły się takie elementy, jak: autor, tytuł, nazwa wydawcy, miejsce i rok wydania, przeważnie także nazwisko tłumacza w przypadku przekładu), jak i wartości merytorycznej recenzji. Natomiast „Elle” oferowało swoim czytelnikom przez część analizowanego okresu bardzo krótkie, 1–2-zdaniowe wzmianki lub nieco tylko dłuższe adnotacje treściowe. Początkowo zajmowały one jedynie kolumnę (w jednym numerze drukowano kilka takich informacji), obok innych informacji, a raczej ciekawostek kulturalnych, dopiero w 2003 r. poświęcono im całą stronę, jednak i wtedy w większości przypadków były one pobieżne.

Od strony graficznej wskazać można kilka cech wspólnych omówień zamieszczanych na łamach trzech charakteryzowanych magazynów: w każdym dużą rolę odgrywały kopie okładek proponowanych książek, w różny sposób eksponowane. W różnym czasie elementem dodatkowym stało się zdjęcie recenzenta, przy czym w przypadku specyficznej dla „Zwierciadła” drugiej rubryki recenzyjnej (*Moje książki* Renaty Arendt-Dziurdzikowskiej) było ono obecne przez cały badany okres.

Pomijając tę charakterystyczną dla „Zwierciadła” rubrykę, najbardziej wyrazisty obraz wyłaniał się z omówień, zamieszczanych na łamach „Twojego Stylu”. Czytelnikom proponowano książki, które poruszały tematy, mogące zainteresować w większym stopniu kobiety niż męską część odbiorców periodyku. Wśród nich miłość była bardzo często głównym wątkiem, a bohaterka nierzadko posiadała cechy i osobowość, preferowane przez magazyn: była silną, ale opiekuńczą, wrażliwą, ale odważną, pełną życiowych pasji, ale skrycie tęskniącą za pięknem i romantyzmem kobietą.

Natomiast w przypadku „Zwierciadła” w podstawowej rubryce recenzyjnej tego magazynu pojawiały się książki, które tworzyły bogaty konglomerat różnych wątków, choć i tu bohaterkami nierzadko były kobiety uwikłane w rozmaite problemy, tragedie i zdarzenia, ciężące na ich życiu.

Z kolei na łamach „Elle”, zgodnie ze zwyczajem, wpisującym się w ideologię pisma, proponowano książki przede wszystkim „modne” lub przynajmniej te, których autorzy byli w danym czasie popularni.

W każdym z przypadków większość książek stanowiły nowości wydawnicze, przy czym wiele z nich otrzymywało od recenzenta pozytywną ocenę (najwięcej uwag krytycznych odnaleźć można na łamach „Elle”, choć ograniczano się tu do krótkich, kąśliwych spostrzeżeń, rzadko uzasadnianych).

Pomijając rubrykę *Moje książki*, znajdującą się na łamach „Zwierciadła”, zbadano, czy książki, proponowane przez recenzentów trzech magazynów spotykały się we wspólnym punkcie, tworząc rodzaj kanonu lektur adresowanych do kobiet.

W grupie pisarzy, których książki omawiano na łamach każdego z trzech charakteryzowanych magazynów, znalazły się 34 nazwiska. Przeważali pisarze znani, choć zróżnicowani pod względem typu uprawianej literatury, jak na przykład John M. Coetzee, Umberto Eco, Helen Fielding, Janusz Głowacki, John Irving, Wojciech Kuczok, Arturo Pérez-Reverte, Olga Tokarczuk. Pojawili się wśród nich także autorzy znani węższemu kręgowi odbiorców, m.in. Hella Haasse czy Mary Morrissy.

Najbardziej zaskakujące okazało się zestawienie autorów wspólnych dla „Zwierciadła” i „Elle”. W tej grupie pojawiło się bowiem najwięcej nazwisk (57). Dwa różniące się od siebie w dość dużym stopniu periodyki, niespodziewanie wykazały największą zbieżną płaszczyznę zainteresowań. Wśród „wspólnych” pisarzy znaleźli się Jonathan Carroll, Paulo Coelho, Agnieszka Graff, Katarzyna Grochola, ale także Roma Ligocka, Hanna Samson i Wisława Szymborska. W dużej części byli to zatem autorzy książek bądź ambitniejszych (odpowiadających tym samym aspiracjom „Zwierciadła”), bądź „modnych” w tamtych latach (czyli spełniających kryteria „Elle”).

Najskromniejszą liczbowo grupę stanowiły nazwiska pisarzy wspólnych dla „Zwierciadła” i „Twojego Stylu” (24), co prowadzi do konkluzji, że magazyny te, jakkolwiek zbliżone do siebie m.in. sposobem prezentacji proponowanych tematów, starały się jednak wyróżnić, nadając sobie indywidualny charakter. W obydwu redakcjach pamiętano jednak o głównym adresacie, jakim były kobiety, stąd i w tym przypadku można było wyodrębnić wspólną listę autorów recenzowanych książek. Wśród pisarzy znajdujących się w tej grupie pojawili się m.in. Jurij Andruchowycz, Karen Blixen, Michael Cunningham, Magda Dygat, Paweł Huelle, José C. Somoza, Virginia Woolf. Pełna lista potwierdza w znacznej mierze wniosek, który nasuwa się, gdy spojrzymy choćby tylko na wymienione powyżej nazwiska: są to w dużej części pisarze, których książki odpowiadają programom obydwu pism.

Wyraźna różnica pomiędzy trzema magazynami pojawiła się w odniesieniu do **ogłoszeń wydawniczych**. Jediną wspólną ich cechą jest ich niewielka liczba. Tylko Wydawnictwo Naukowe PWN skorzystało z takiej możliwości promocji, prezentując *Wielką encyklopedię PWN* w każdym z prezentowanych miesięczników. Zaskakujący jest fakt, że edytorzy, specjalizujący się w wydawaniu literatury kobiecej, w tak niewielkim stopniu reklamowali swoją ofertę na łamach omawianych periodyków.

„Zwierciadło” i „Elle” okazało się w tym samym stopniu atrakcyjne dla dwóch oficyn, Wydawnictwa Literackiego oraz Wydawnictwa Prószyński i S-ka, którzy uznali, że czytelnicy tych magazynów zainteresują się ich ofertą.

Każdy z magazynów miał swojego lidera-reklamodawcę w odniesieniu do ogłoszeń wydawniczych. W przypadku „Zwierciadła” było to Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne (42 tytuły) oraz Wydawnictwo Kurpisz (41 propozycji). Za pośrednictwem „Twojego Stylu” swoją ofertę proponowało wydawnictwo tego pisma (60-krotnie). Z kolei czytelnicy „Elle” najczęściej spotykali się z propozycjami książek wydanymi przez Jacka Santorskiego & Co, Lampę i Iskrę Bożą, POST oraz Prószyńskiego i S-kę (ośmiokrotnie).

W przypadku „Zwierciadła” i „Twojego Stylu” inseraty prezentowały się najbardziej okazale. Zazwyczaj były caostronicowe, barwne i czytelne. Inaczej było z anonsami na łamach „Elle”. Większość z nich miała postać niewielkich modułów, reklamujących przeważnie jeden, rzadziej kilka tytułów. Ale i tu uwagę zwracała ciekawa grafika ogłoszeń oraz hasła reklamowe.

Należy podkreślić, że łamy każdego z magazynów były niezwykle gościnne dla reklam innego typu: oferujących na przykład kosmetyki i artykuły higieniczne. Czyżby potencjalni reklamodawcy – wydawcy, uważali, że kobietę interesują przede wszystkim tego rodzaju produkty i że w związku z tym „nie opłaca” się zamieszczać na łamach omawianych pism reklam książek...?

Interesujące spostrzeżenia wynikają z analizy **wywiadów**, zamieszczanych w badanych periodykach. Stanowiły one istotny element każdego z nich, aczkolwiek rozmowy z literatami stanowiły niewielką tylko część wszystkich rozmów, drukowanych na łamach tych pism. Najczęstszymi ich bohaterami byli bowiem przedstawiciele innego, niż literacki, świata: piosenkarze, aktorzy, a w przypadku „Twojego Stylu” nierzadko żony znanych polityków lub biznesmenów. Jednak do rozmów zapraszano niekiedy również pisarzy lub osoby pośrednio związane z książką. Najwięcej takich spotkań odbyło się na łamach „Elle”, najmniej zorganizowało ich „Zwierciadło”. Rekompensatą dla czytelników tego magazynu była objętość przeprowadzanych wywiadów, największa, w porównaniu z dwoma rywalami (2–8 stron). Najsłabsze pod względem objętości drukowanych wywiadów okazało się „Elle” (kilkanaście zdań – 4 strony). Redakcja każdego z magazynów chętnie urozmaicała ten typ informacji zdjęciami swych rozmówców, nierzadko prezentując ich w otoczeniu rodziny lub przyjaciół. Zgodnie dbano również o przedstawienie bohaterów wywiadów: każdą rozmowę otwierała krótka charakterystyka twórcy, przy czym starano się już w tym miejscu zasygnalizować przewodni wątek rozmowy.

W przypadku „Zwierciadła” i „Twojego Stylu” była to twórczość danego autora, natomiast czytelnicy „Elle” mieli większą szansę poznać prywatne życie pisarza, bowiem tu w wyraźnie mniejszym stopniu poruszano sprawy związane z jego twórczością, koncentrując się na tych faktach z jego życia, które były kontrowersyjne lub przynajmniej budziły ambiwalentne uczucia otoczenia. W ten charakterystyczny klimat „Elle” wpisywały się również wywiady z osobami związanymi ze znanymi twórcami: dziećmi, wnukami, współmałżonkami. Pytano wówczas nierzadko o przyzwyczajenia, nawyki znanego pisarza lub poety, wspólne z nim wspomnienia. Z takich rozmów wyłaniały się dzięki temu portrety mniej oficjalne, rodzinne, przedstawiające daną postać oczyma bliskich osób. Tego typu rozmowy sporadycznie pojawiały się również na łamach dwóch pozostałych pism, chociaż „Zwierciadło” wybrało nieco inną formę przybliżenia znanej czytelnikom postaci. Przeprowadzono bowiem rozmowy jednocześnie z pisarzem i jego żoną/partnerką życiową, zadając obojgu podobne pytania (w takich przypadkach temat tych rozmów zbliżony był do wątków podejmowanych na łamach „Elle”).

Inny zazwyczaj charakter miały wywiady, drukowane na łamach „Twojego Stylu”: wydaje się, że służyły one nie tylko rozrywce czy zaspokojeniu ciekawości czytelników (jak było to w dużej mierze w przypadku dwóch poprzednich pism), ale miały nieść ze sobą wyraźne przesłanie, zgodne z programem magazynu. Ich bohaterkami były bowiem w większości kobiety, i to takie, które osiągnęły w życiu sukces, pokonując niejednokrotnie przeszkody, bariery, problemy i trudności, okazując się nierzadko silniejszymi do mężczyzn.

Zaledwie trzech twórców gościło na łamach każdego z trzech miesięczników: Anna Bojarska (na łamach „Zwierciadła” wspólnie z Grzegorzem Rutowiczem), Jerzy Pilch oraz Andrzej Samson.

Oddzielną kategorią, stanowiącą rodzaj kontynuacji wywiadów, były portrety znanych pisarzy. Najpełniej występowały one na łamach „Zwierciadła” oraz „Twojego Stylu”, najskromniej w najmłodszym z omawianych periodyków. W dwóch pierwszych magazynach były to zajmujące historie ze starannie wybranym bohaterem, które odbiorca czytał z dużym zainteresowaniem, jak dobrze napisane opowiadanie. I w tym przypadku życie wybranych osób, ich zmagania z trudnościami, przeżyte tragedie, nieszczerliwe miłości, wpisywały się w program każdego z magazynów, stanowiąc jego stały element.

Powyższe porównania, ograniczone do najbardziej reprezentatywnych dla każdego z periodyków form informacji o książce, prowadzą do interesujących wniosków.

Charakter każdego z magazynów był wynikiem założonego na początku przez redakcję programu. Jedynie „Zwierciadło” miało za sobą długą historię i podobnie jak „Polityka”, wyrosło w warunkach, w jakich funkcjonowała prasa w okresie PRL. Jednak w jego przypadku pozostał po tamtym okresie inny ciężar. Problematyka społeczna, poruszana w szerokim zakresie w latach Polski Ludowej przez periodyk, została w pewnym stopniu zastąpiona przez kwestie wychowawcze, ale obydwie zagadnienia traktowane były z takim samym zaangażowaniem, by nie powiedzieć, namaszczeniem. „Twój Styl” narodził się już po transformacji ustrojowej w Polsce, od początku dostosowując się do nowych okoliczności, wzorując na przykładach zachodnich magazynów, wolny był tym samym od brzemienia przeszłości i owego „namaszczonego”, dydaktycznego stylu, nie zawsze łatwego w odbiorze. Z kolei „Elle”, będąc polską edycją pisma francuskiego, miało niejako gotową makietę i założenia programowe, które redakcja starała się jedynie przystosować do polskich realiów.

Ciągły rozwój, będący w dużym stopniu efektem nieustającej walki o czytelnika, doprowadził do ukształtowania charakteru każdego z tytułów, badanych w latach 2001–2005. Pomimo że każdy z nich zaliczony został do tej samej grupy magazynów ekskluzywnych, adresowanych do tej samej kategorii czytelników, to jednak analiza każdego z nich, przynajmniej w interesującym nas kontekście, uwidoczniała wyraźne różnice pomiędzy nimi i to zarówno w formie, jak i treści. Największe różnice zdają się dzielić „Zwierciadło” i „Elle”. Pierwsze z nich zachowując poważny, czasem nawet nazbyt egzaltowany ton, pozostało pismem o charakterze poradnikowym, analizującym głęboko niemal każdą poruszaną kwestię, także tę związaną z książką. Drugie oferowało czytelnikom dużą dawkę informacji, podanych jednak w sposób lekki, nierzadko niezobowiązujący, autorytatywny ton zachowując głównie dla spraw związanych z modą, pozostając tym samym wierne modelowi pisma rozrywkowego, co przekładało się także na formę materiałów związanych z literaturą.

Natomiast „Twój Styl” starał się, jak się wydaje, wypośrodkować ciężar swych zainteresowań, proporcjonalnie dzieląc go pomiędzy rozmaite kwestie (poczynając od spraw zawodowych i rodzinnych, w których kobieta odgrywa główną rolę, poprzez zdrowie i urodę, a na zagadnieniach kulturalnych kończąc), kładąc mniej więcej równy nacisk na każdy z poruszanych tematów, książkę traktując jednak jako jeden z mniej istotnych elementów, z pewnością nie należących do priorytetowych.

„Zwierciadło” i „Twój Styl” nierzadko wykorzystywały informacje związane z książką do przekazania naczelnego przesłania, przyświecającego każdemu z nich; materiały dotyczące literatury były często swego rodzaju „pasem transmisyjnym”, służącym redakcji do promowania określonych wartości, bliskich każdemu z nich.

Powyższe spostrzeżenia oznaczają, że definicja tego typu prasy (pism kobiecych, zaliczanych do grupy ekskluzywnych magazynów) jest bardzo pojemna: mieszczą się w niej zarówno periodyki, podejmujące szerokie spektrum zagadnień, jak i te, które uwagę swoją koncentrują w dużej mierze na kwestiach z pewnością ważnych dla kobiet (moda, uroda), ale jednocześnie inne sprawy traktowane są tu jako drugorzędne, podawane w lekkiej formie, nierzadko powierzchownie. Uwagi te, dotyczące przede wszystkim poruszanych przez owe magazyny zagadnień związanych z książką, są jednocześnie odpowiedzią na pytania, postawione w rozdziale otwierającym rozważania dotyczące wybranych czasopism kobiecych.

Rozdział 4

PRASA MŁODZIEŻOWA

4.1. Prasa młodzieżowa. Krótka charakterystyka

[...] to rynek bardzo trudny, wymagający ciągłego zabiegania o czytelników, którzy ze swoich pism szybko – w ciągu zaledwie dwóch-trzech lat – wyrastają¹.

Prasa młodzieżowa według Juliana Maślanki, to

ogół gazet i czasopism, adresowanych do młodych odbiorców w wieku od 14 do 25 lat [...], preferujących treści mogące zainteresować ten krąg odbiorców (rozrywkowe; popularnonaukowe, problemowe, omawiające kwestie młodzieżowe; poradnictwo)².

W czasopiśmiennictwie tego typu nie tylko opisuje się, ale i z założenia kreuje określoną rzeczywistość, propaguje pewien styl życia i myślenia, kształtuje postawy młodych czytelników wobec otaczającego ich świata³. Tym samym periodyki zaliczane do tej grupy pełnią funkcję wychowawczą, niejednokrotnie także edukacyjną. Prasa młodzieżowa, nierzadko w literaturze omawiana jest wspólnie z czasopiśmiennictwem dla dzieci (jako prasa dziecięco-młodzieżowa), stanowiąc przedmiot wielu opracowań⁴.

W Europie została ona zainicjowana w połowie XVIII w. przez takie tytuły, jak „The Lilipution Magazin” (Londyn 1751), „Der Kinderfreund”

¹ A. Olbrot, *W sieci*, „Press” 2008, nr 7, s. 54.

² *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Ośrodek Badań Prasoznawczych „Prasa-Książka-Ruch”, Wrocław i in. 1976, s. 175.

³ J. Jarowiecki, *Prasa dla dzieci i młodzieży (nurty, tendencje, zmiany)*, „Zeszyty Wszechnicy Świętokrzyskiej” 1996, nr 3, s. 70.

⁴ Wśród badaczy tego typu czasopiśmiennictwa należy wymienić m.in. J. Jarowieckiego, J. Kumieę, G. Leszczyńskiego, J. Papuzińską, J. Szockiego. Warto również zwrócić uwagę na opracowania autorstwa M. Adamczyka, M. Glogiera, S. Frycie, K. Heskiej-Kwaśniewicz, M. Rogoża, Z. Sokół, D. Żebrowskiej.

(Berlin 1775–1784) i „Dietskoje Czitienije dla Sierdca i Rozuma” (Petersburg 1785–1789)⁵. Na gruncie polskim zapoczątkowała ją na początku XIX w. Klementyna z Tańskich Hoffmanowa, aczkolwiek ta inicjatywa kierowana była przede wszystkim do dzieci („Rozrywki dla Dzieci” 1824–1828). W latach 1854–1855 Ewaryst Estkowski redagował „Szkółkę dla Młodzieży” (jako kontynuację „Szkółki dla Dzieci”). W drugiej połowie XIX w. nastąpił rozwój tego czasopiśmiennictwa (na przykład „Rozrywki dla Młodocianego Wieku” 1857–1860 czy „Rozrywki Obrazowo-Opisowe” 1835–1860)⁶, ale jego rozkwit przypadł na dwudziestolecie międzywojenne. W dużej mierze było to wynikiem działalności Związku Nauczycielstwa Polskiego (ZNP), który stworzył trzystopniowy system prasy dziecięcej i młodzieżowej, przystosowany do poszczególnych faz rozwoju dziecka, a następnie nastolatka (odpowiadały mu czasopisma: „Mały Płomyczek”, „Płomyczek” i „Płomyk”). W okresie II wojny światowej tego typu pisma także były wydawane, choć w grupie konspiracyjnych tytułów stanowiły niewielką część. Wśród nich powstał na przykład „Brzask”, „Bądź Gotów” czy „Źródło”⁷.

Okres Polski Ludowej to intensywny rozwój wydawnictw periodycznych, kierowanych do tej grupy odbiorców⁸. Wydawane wtedy tytuły nadal uwzględniały kategorie wiekowe, odpowiadające poszczególnym etapom rozwojowym dzieci i młodzieży („Miś”, „Świerszczyk”, „Płomyczek” oraz „Płomyk”). Ich wydawcą był, obok RSW, Instytut Wydawniczy „Nasza Księgarnia”. Obydwe „nie tylko dbały o właściwy poziom edytorski swoich tytułów, ale też synchronizowały go z programem dydaktycznym realizowanym w szkołach podstawowych”⁹. Poza nimi, czasopisma młodzieżowe wydawała również wchodząca w skład RSW, Młodzieżowa Agencja Wydawnicza (MAW). Jej periodyki były szczególnie przesyczone treściami ideologicznymi, nierzadko politycznymi (m.in. „Nowa Wieś”, „Walka Młodych”). Trzecią grupę pism, nie tyle adresowaną do młodzieży, co w znacznym stopniu m.in. przez nią czytana, stanowiły tytuły o tematyce przyrodniczej, sportowej lub technicznej.

⁵ *Słownik literatury dziecięcej i młodzieżowej*, red. B. Tylicka, G. Leszczyński, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 2002, s. 72.

⁶ D. Żebrowska, *Czasopisma dziecięce w III Rzeczypospolitej – rekoniesans i próba charakterystyki*, [w]: *Biblioteka i informacja w demokratycznym systemie edukacji dorosłych*, red. H. Hovenberg i in., Linköpings Universitet, Państwowy Ośrodek Kształcenia Bibliotekarzy im. Joachima Lelewela, Linköping, Jarocin 1996, s. 157.

⁷ S. Frycie, *Literatura dla dzieci i młodzieży w latach 1945–1970: zarys monograficzny, materiały*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1988, s. 34.

⁸ Już 1 maja 1945 r. ukazał się w Łodzi pierwszy numer „Świerszczyka”.

⁹ T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 197.

Po 1989 r. zmiany, które objęły cały rynek prasowy w Polsce, nie omięły także i tego segmentu czasopism. Wraz z likwidacją RSW upadła również MAW i większość wydawanych przez nią tytułów, inne zaś zmieniły swoją formułę, wyraźnie zbliżając się do prasy rodzinno-kobiecej. Przeobrażenia dotknęły również „Naszą Księgarnię”, przekształcając ją w spółkę z o.o. Jednocześnie powstało szereg nowych wydawnictw, na rynek wkroczyły obce koncerny, wprowadzając „kalki” zachodnich magazynów młodzieżowych. Zaczęły również pojawiać się m.in. czasopisma konfesyjne dla dzieci i młodzieży (na przykład „Fletnia Pana”) oraz periodyki wydawane przez harcerstwo (jak choćby „Czuwaj”)¹⁰. Tym samym liczba tytułów prasowych adresowanych do młodzieży wyraźnie wzrosła, co szczególnie widoczne było w latach 1989–1995¹¹. W drugiej połowie lat 90. XX w. ta wzrostowa tendencja uległa najpierw zahamowaniu, a następnie stała się wyraźnie malejąca. W 2005 r. wydawano ogółem 124 periodyki o różnej częstotliwości i zawartości.

Inną, niezwykle istotną zmianą, jaka dotknęła interesującą nas grupę czasopism, było załamanie dotychczasowego, wspomnianego wyżej modelu, opierającego się na podziale na poziomy, odpowiadające poszczególnym etapom rozwoju osobowego dzieci i młodzieży. Wydawcy nadal wprawdzie kierowali swoją ofertę do czytelników w konkretnym przedziale wiekowym, ale równocześnie zróżnicowana tematyka poszczególnych periodyków, proponowane formy przekazu, powodowały, iż „młodzi czytelnicy, mając dostęp do rozrywki starszych, sami wybierali to, co ich interesowało, jedynym bowiem ograniczeniem w dokonywaniu wyborów czytelnicznych stała się współcześnie umiejętność czytania”¹². Wielu badaczy¹³ przyjęło nowy model podziału tej grupy pism, oparty na kryterium zawartości, stosowanych form wypowiedzi oraz charakteru i typu odbiorców. W ten sposób wyróżniono m.in.¹⁴:

1) czasopisma kulturalno-kształcące¹⁵. Mają one charakter magazynów, ich zawartość opiera się na treściach kulturalno-kształcąco-rozrywkowych,

¹⁰ Z. Sokół, *Czasopisma dla młodzieży szkolnej (1990–1995)*, „Poradnik Bibliotekarza” 1996, nr 11, s. [11].

¹¹ O ile w 1989 r. w tej grupie pism odnotowano ogółem 79 tytułów, o tyle w 1993 r. było ich już 131, rok później 153, zaś w 1995 r. najmłodszy i nastoletni czytelnicy mieli do wyboru 160 tytułów. Zob. „Ruch Wydawniczy w Liczbach 2005”.

¹² B. Niesporek-Szamburska, *Czasopisma dla dzieci i młodzieży*, [w:] *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*, t. 2, red. K. Heska-Kwaśniewicz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2009, s. 35.

¹³ M.in. J. Papuzińska, A. Przeclawska, Z. Sokół, J. Szocki. Por. J. Jarowiecki, *Studia nad prasą polską XIX i XX wieku*, Wydawnictwo Naukowe WSP, Kraków 1997, s. 223.

¹⁴ Więcej zob. B. Niesporek-Szamburska, *Czasopisma dla dzieci...*, s. 35–40.

¹⁵ Chodzi tu o periodyki adresowane wyłącznie do dzieci i młodzieży, nie zaś o pisma społeczno-kulturalne przeznaczone dla wszystkich odbiorców.

tekstach literackich, takich jak wiersze i opowiadania, ciekawostkach dotyczących różnych dziedzin życia. Proponują czytelnikom także konkursy, zagadki, mini-komiksy (na przykład „Świerszczyk”);

2) periodyki rozrywkowo-zabawowe (m.in. „Uśmiech Numeru”, „Zgaduj-Zgadula”);

3) czasopisma komiksowe (jak choćby „Kubuś Puchatek”, „Muminki”);

4) pisma edukacyjne („Angielski jest Super”, „Cogito”, „Victor Gimnazjalista”);

5) tytuły medialne. Są związane z edukacyjnymi programami telewizyjnymi (na przykład „Disney i Ja”);

6) periodyki techniczne (m.in. „ABC Techniki”, „Horyzonty Techniki”);

7) pisma hobbystyczne („Magazyn Muzyczny”, „Tylko Rock”);

8) czasopisma wyznaniowe (katolickie i mniejszości religijnych – „Beniamin”, „Miłujcie się!”);

8) periodyki szkolne.

Dużą grupę liczących się na rynku czasopism młodzieżowych tworzyły w badanym okresie tytuły, które, ze względu na swą zawartość (w dużym stopniu nawiązującą do prasy adresowanej do dorosłego odbiorcy¹⁶), nie dały się zamknąć w obrębie wymienionych wyżej grup lub kwalifikowały się jednocześnie do różnych rodzajów. Znalazły się wśród nich¹⁷:

1) magazyny kulturalno-rozrywkowe (takie jak na przykład „Bravo”, „Dziewczyna”, „Filipinka”, „Popcorn”, „Twist”),

2) czasopisma społeczno-kulturalne (m.in. „Carpe Diem”, „Cogito”, „Filipinka”),

3) periodyki społeczno-polityczne („Atak”, „Lider Przyszłości”).

Niezwykle zróżnicowaną ofertę prasy młodzieżowej uzupełniały liczne czasopisma adresowane do wyraźnie wyodrębnionej grupy młodych odbiorców, na przykład studentów, ale również pisma kierowane do kinomanów, czy tytuły, które mogły zainteresować przedstawicieli subkultur młodzieżowych. A zatem w miejsce dotychczasowego podziału tej grupy czasopism na poziomy czytelniczo-wiekowe pojawił się podział według kryterium specjalistyczno-rodzajowego. Jednocześnie wraz ze wzrostem ilościowym, przeobrażeniom uległa szata graficzna tych periodyków (można pokusić się o stwierdzenie, że pisma tego typu wiodły w tym względzie prym na rynku prasowym). Wszystkie tytuły adresowane do nastoletnich czytelników stały się kolorowe, większość zaczęto drukować na błyszczącym papierze, z lakierowaną okładką. Równocześnie jednak wiele

¹⁶ J. Jarowiecki czasopisma kierowane do czytelników 12–20-letnich klasyfikuje oddzielnie, por. J. Jarowiecki, *Studia...*, s. 229.

¹⁷ Niektóre z tytułów, ze względu na ich charakter, można umieścić jednocześnie w dwóch grupach.

z periodyków, szczególnie tych kopiujących zachodnie magazyny lub naśladowujące periodyki kobiece, budziło zastrzeżenia, jako że „Krzykliwość i agresywność form plastycznych, kompozycyjny chaos, natłok monotematycznych zdjęć, schematyzm, sprawiają, że wspomniane czasopisma nie należą do edytorsko udanych”¹⁸.

Wady, dostrzeżone przez badaczy, nie przeszkadzały młodym czytelnikom; wręcz przeciwnie, popularność tego typu tytułów bardzo szybko rosła, co więcej, większość pozostałych, dotąd ambitniejszych pism (jak na przykład „Filipinka”), chcąc utrzymać się na rynku, dostosowywała do nich swą formę. Ale nie tylko szata graficzna ówczesnych magazynów młodzieżowych budziła kontrowersje. Ich zawartość¹⁹ zwróciła uwagę nie tylko prasoznawców, ale również pedagogów, wychowawców i samych rodziców. Zaczęło bowiem ukazywać się coraz więcej magazynów o charakterze rozrywkowo-poradniczym, przy czym, jak zauważył Jerzy Jarowiecki,

ich „obrazkowość”, „komiksowość” często zastąpiła dotychczasowe wartościowe treści poznawcze. Konkurencja rynkowa sprawiła, że w tych czasopismach [...] dominuje forma nad treścią, co jest wyrazem walki o młodego czytelnika, w której – niestety – przewagę osiągają wysokonakładowe tytuły, najczęściej stanowiące polskie mutacje zachodnio-europejskich magazynów z ich wątpliwymi wartościami i wzorami zachowań. Dominuje w nich sensacja, problematyka seksualna, muzyka, rozrywka. Obrazy w nich zawarte oderwane są od problemów przeciętnych ludzi, jak praca, kształcenie się czy szeroko pojęte życie rodzinne. W wynurzeniach wielu idolów tej prasy [...] nie spotyka się głębszej refleksji nad życiem czy prawdziwymi uczuciami²⁰.

Zmiana roli tego typu prasy, która dotąd pełniła głównie funkcję wychowawczą, nierządno edukacyjną, budziła liczne zastrzeżenia, podobnie jak i język, styl przekazu, obecny na łamach większości periodyków. Programowe wręcz posługiwanie się gwarą młodzieżową (na przykład liczne anglicyzmy, neologizmy oraz wyraźny infantyilizm językowy, przejawiający się w szczególnym upodobaniu do stosowania zdrobnień lub zgrubień wyrazów) stało się szybko cechą charakterystyczną wielu pism młodzieżowych²¹. Warto również zwrócić uwagę w tym miejscu na stosowane na ich łamach gatunki dziennikarskie. Jakkolwiek Zofia Sokół zauważyła, że w wielu

¹⁸ B. Olszewska, *Edytorstwo współczesnych czasopism dla dzieci i młodzieży. Zarys problematyki*, [w:] *Książka dziecięca 1990–2005*, red. G. Leszczyński i in., Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2006, s. 176.

¹⁹ Przede wszystkim dotyczyło to tytułów znajdujących się ofercie niemieckich koncernów.

²⁰ J. Jarowiecki, *Prasa dla dzieci...*, s. 70.

²¹ Język tej prasy stał się przedmiotem opracowań autorstwa m.in. W. Kajtocha, zob. np. W. Kajtoch, *Odlotowe bez dwóch zdań!: kultura języka, stylu, perswazji w czasopismach dla młodzieży*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 3/4, s. 79–102; idem, *O stylu popularnych pism młodzieżowych*, „Polonistyka” 2002, nr 9, s. 531–536.

magazynach pojawiły się wówczas m.in. felietony, reportaże i wywiady²², to jednak należy podkreślić, że znaczna ich część w niewielkim tylko stopniu odpowiadała swym klasycznym definicjom. Redakcje pism młodzieżowych starały się konstruować przygotowywany materiał w ten sposób, by przede wszystkim odpowiadał on na sześć podstawowych pytań (kto?, co?, gdzie?, kiedy?, jak? i dlaczego?²³), rzadziej dbając o przekazanie informacji w formie bardziej rozbudowanej, charakterystycznej dla gatunków publicystycznych. Drukowano recenzje, ale nawet i ta jedna z najstarszych i najbardziej rozpowszechnionych form, zajmująca, jak pisze Zbigniew Bauer, „miejsce pośrednie między obszarem informacji i publicystyki”²⁴, na łamach pism młodzieżowych tego okresu pojawiała się w postaci nierzadko wyraźnie odbiegającej od wzorcowej²⁵. Dominowały informacyjne gatunki dziennikarskie, wśród nich wzmianka, zapowiedź oraz notatka prasowa, rzadziej wywiad, czasem reportaż. Jednym z przykładów pism, które odpowiadały powyższej charakterystyce, był magazyn „Dziewczyna”, polska edycja periodyku szwajcarskiego, która w epoce obrazkowego postrzegania rzeczywistości doskonale wpisała się w gusta nastolatków, stosując opisane metody.

Przedstawione zmiany stały się widocznym znakiem ówczesnych czasów, w których także wydawcy prasy młodzieżowej przystąpili do walki o „pokolenie Internetu”, podejmując rozmaite zabiegi, jak na przykład obecność tytułu w sieci, dołączanie „prezentów” do kolejnych numerów pisma, specjalne wkładki i dodatki do wybranych wydań itd. Komercjalizacja całej prasy, spadek czytelnictwa gazet i czasopism²⁶, zmiana stylu życia, także nastolatków, upowszechnienie Internetu – wszystkie te czynniki wpłynęły na taki właśnie kształt znacznej części periodyków młodzieżowych. Ta część rynku prasowego zdominowana została przez koncerny niemieckie (szczególnie koncern Axel Springer oraz wydawnictwo Heinricha Bauera), nadające ton niemal całemu czasopiśmiennictwu młodzieżowemu. Wśród wydawanych wtedy tytułów odnaleźć jednak można było także ambitniejsze periodyki, zaliczane do pism społeczno-kulturalnych o poważniejszym charakterze, starające się dbać o rozwój intelektualny

²² Z. Sokół, *Transformacja prasy dziecięco-młodzieżowej w latach 1990–1991*, „Poradnik Bibliotekarza” 1996, nr 7/8, s. 7.

²³ W ten sposób scharakteryzował podstawową strukturę gatunków informacyjnych Z. Bauer, zob. *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004, s. 151.

²⁴ *Ibidem*, s.161.

²⁵ Zob. *Wstęp*, przyp. 34.

²⁶ W przypadku prasy dla dzieci i młodzieży spowodowany także w dużym stopniu względami demograficznymi: na przełomie XX i XXI w. odnotowano niski przyrost naturalny, w związku z czym potencjalna grupa odbiorców tego typu prasy wyraźnie zmalała.

swych czytelników (m.in. dwutygodnik „Cogito”). Należały one jednak do mniejszości, stanowiąc wyraźny wyjątek.

W jakim stopniu wobec tego tak odmieniona prasa młodzieżowa informowała swych nastoletnich czytelników o książkach? Czy, kierując określone treści do młodego odbiorcy, oddziałując na niego w wieku, kiedy człowiek jest szczególnie podatny na wpływy z zewnątrz, kształtowała jego gust literacki, wychowując przyszłego czytelnika, interesującego się książką? Przybliżona powyżej krótka charakterystyka pism tego typu zdaje się sugerować negatywną odpowiedź na tak postawione pytania. Specyfika większości tytułów wydaje się nie budzić zbyt dużych nadziei na to, by ich redakcje dbały o edukację literacką swych „podopiecznych”.

Czy wobec tego czytelnicy czasopism młodzieżowych z lat 2001–2005 nie odnajdowali na łamach kupowanych przez siebie periodyków żadnych informacji związanych z książką? A może było wręcz przeciwnie: w dobie kultury masowej, nastawionej przede wszystkim na rozrywkę, dostrzeżono w książce walory, które odpowiadałyby popularnemu charakterowi większości pism?

Aby odpowiedzieć na te pytania, analizie poddano trzy specyficzne w swej formie i treści pisma. Pierwszy z nich to „Filipinka”, tytuł z długoletnią historią i tradycją, który wychował kilka pokoleń czytelniczek, starając się spełniać ambitną rolę doradcy i przewodnika w życiu dorastających dziewcząt. Drugi periodyk to „Dziewczyna”, magazyn, preferujący głównie treści rozrywkowo-poradnikowe, który stał się w latach 90. XX w. przykładem sukcesu wydawanej w Polsce na licencji kopii magazynu zachodniego. Trzecim pismem stał się dwutygodnik „Cogito”, jedno z nielicznych czasopism młodzieżowych, o wyższych aspiracjach, edukacyjnym charakterze, adresowane do ambitniejszej grupy docelowej, niż dwa poprzednie tytuły.

Wybierając te periodyki, postanowiono zbadać, w jakim stopniu czasopisma o tak różnej historii, specyfice, polityce redakcyjnej, zawartości, a przecież kierowane do podobnej grupy wiekowej nastoletnich odbiorców, informowały swych czytelników o sprawach, związanych z książką. W obliczu przytoczonej wcześniej charakterystyki postawiono tezę, że o ile dwa z wybranych tytułów („Filipinka” i „Cogito”) starały się, choć kierowane nieco odmiennymi pobudkami, przekazywać na swych łamach treści związane z literaturą za pomocą m.in. recenzji i wywiadów, o tyle w przypadku trzeciego z periodyków analogicznych informacji zamieszczano mniej. Jednocześnie postawiono pytanie, czy w obliczu zakładanych podobieństw pojawi się wspólna dla wymienionych dwóch pism („Filipinki” i „Cogito”) płaszczyzna recenzowanych książek? Interesujące wydaje się również zbadanie, w jakim stopniu wybrane periodyki były ważne dla wydawców, jako miejsce potencjalnej reklamy ich oferty. Czy do czytelników każdego z pism trafiała informacja o książkach w postaci inseratów

wydawniczych? Czy edytorzy rezygnowali częściej z łamów miesięcznika „Dziewczyna”, postrzegając ten magazyn jako „zbyt rozrywkowy”, koncentrując raczej swoją uwagę na dwutygodniku „Cogito”, doceniając jego edukacyjną rolę?

I wreszcie, czy redakcje tych pism, zdając sobie sprawę z wagi spoczywającej na nich odpowiedzialności, potrafiły przyjąć na siebie rolę nie tylko doradcy w rozwiązywaniu ważnych dla nastolatków problemów, ale i funkcję przewodnika, może nawet nauczyciela, po świecie kultury, literatury, książki? Czy przekaz wizualny, tak charakterystyczny dla większości pism młodzieżowych, zastąpił całkowicie wagę i znaczenie przekazu słownego?

Wyniki analizy zawartości wybranych periodyków w kontekście problematyki określonej w tytule książki pozwoliły w znacznym stopniu odpowiedzieć na postawione pytania.

4.2. „Filipinka”: *Tylko dla dziewcząt*¹

4.2.1. *Była sobie Filipinka*²: historia czasopisma

Czytała ją w podstawówce, w liceum, czytała ona sama, jej mama, babcia, czasem nawet tata przeglądał. I każdy znajdował dla siebie coś ciekawego...³

Jak już wspomniano, w okresie odwilży popaździernikowej w 1957 r. powstało wiele nowych periodyków, w tym m.in. 30 tytułów adresowanych do kobiet⁴. Jednocześnie w ramach RSW „Prasa” powołano Krajowe Wydawnictwo Czasopism, które przejęło wydawanie najbardziej popularnych pism kobiecych, m.in. „Kobietę i Życie”. Na łamach tego właśnie pisma pojawiła się zapowiedź nowego magazynu, skierowanego do dziewcząt. Była to odpowiedź redakcji na liczne listy od czytelniczek zarówno starszych, jak i młodszych, domagających się oddzielnego pisma adresowanego do „młodzieży żeńskiej”⁵. Rozpisany został konkurs na tytuł nowego periodyku. Dla autorek najlepszych propozycji czekały nagrody: „kupon materiału na letnią sukienkę” (I miejsce), „kupon wełny na spódnice” (II miejsce) oraz torebka (III miejsce)⁶. Po ok. dwóch miesiącach, 15 maja 1957 r., pojawiła się „Filipinka”, pierwsze i przez wiele następnych lat jedyne czasopismo w Polsce, adresowane do dziewcząt. Jego nakład wyniósł 100 tys. egz., objętość 16 stron, a format zbliżony był do gazetowego (35x24,5 cm). Pierwszym wydawcą periodyku było Warszawskie Wydawnictwo Prasowe⁷, będące jednym z przedsiębiorstw RSW „Prasa”⁸. Siedziba redakcji mieściła się, podobnie jak było to w przypadku tygodnika „Polityka”, w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie, zajmując pokoje na XVII piętrze. Redaktor naczelną dwutygodnika (taką częstotliwość przyjął nowy tytuł) została Felicja Strumińska, sprawująca tę funkcję do 1969 r. „Filipinka”, jako

¹ Tytuł tekstu zapowiadającego ukazanie się nowego pisma dla dziewcząt, „Filipinki”, zob. „Kobieta i Życie” 1957, nr 11, s. 2.

² Tytuł jednej z publikacji, zob. A. Drwal, *Była sobie Filipinka*, <http://www.pinezka.pl/content/view/2153/209>, kwiecień 2011.

³ K. Kromka, *F jak Filipinka*, <http://www.pinezka.pl/content/view/2153/209>, kwiecień 2011.

⁴ Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo WSP, Rzeszów 1998, s. 50.

⁵ Warto zaznaczyć, że obok tego typu próśb pojawiały się również głosy, sprzeciwiające się wydawaniu oddzielnego magazynu dla dziewcząt, zob. „Filipinka” 1992, nr 20, s. 3–5.

⁶ [br. aut.], *Tylko dla dziewcząt*, „Kobieta i Życie” 1957, nr 11, s. 2.

⁷ Później Krajowe Wydawnictwo Czasopism RSW „Prasa-Książka-Ruch”.

⁸ Od 1973 r. jako „Prasa-Książka-Ruch”.

„młodsze dziecko” „Kobiety i Życia”, przez kilka kolejnych lat redagowana była przez ten sam zespół. W stopce redakcyjnej odnaleźć można informację, że przygotowaniem każdego numeru zajmowało się kolegium redakcyjne, dopiero w następnych latach zaczęły pojawiać się w tym miejscu nazwiska współpracowników pisma.

W artykule wstępnym czytamy:

Podejmujemy dziś trudną próbę uwolnienia Ciebie od ciężaru konfliktów i trosk, dopomożenia Ci w trudnych sprawach Twego życia. [...] pamiętaj, że postaramy się zrozumieć każdą z Twych myśli. [...] Zapomnij o tym, że ktoś kto w Redakcji czyta Twój list – jest starszy od Ciebie. [...] Pamiętaj tylko o tym, że jest to ktoś – kto wychodzi Ci naprzeciw, kto chce zrozumieć Ciebie i może... potrafi to zrobić⁹.

Deklaracje te odpowiadały oczekiwaniom czytelniczek, z których jedna pisała:

Chciałabym, aby „Filipinka” stała się dla mnie i dla każdej z nas przyjaciółką, która umie poradzić, pocieszyć i podtrzymać na duchu. [...] Poza tym, niech w „Filipince” będzie wszystko, co łączy się z codziennym życiem i niech każda z nas coś dla siebie znajdzie¹⁰.

Nowe czasopismo od pierwszego numeru stało się bardzo popularne wśród nastolatków. Nakład szybko wzrastał (do 265–300 tys. egz.), a mimo to nie pokrywał zapotrzebowania społecznego (brak papieru uniemożliwił zwiększenie liczby drukowanych egzemplarzy). Na pytania czytelniczek odpowiadało współpracujące z periodykiem grono specjalistów: pedagogów, psychologów, socjologów i lekarzy. Unikając moralizatorskiego, sztywnego tonu, redakcja dostosowywała formę publikacji do języka i stylu ówczesnych dziewcząt, stawiając na relację partnerską.

od pierwszego numeru F. była po stronie swojej czytelniczki. Wychowując ją, często pouczając, stopując jej nierozsądne pomysły, ale mówiąc: lubimy cię, jesteśmy z tobą, rozumiemy, że to trudny dla ciebie czas. Nie wyśmiewamy się, wspieramy, pokazujemy ci, że nie jesteś sama¹¹.

Zaproponowana formuła spodobała się dziewczętom, a o popularności czasopisma świadczył m.in. fakt upowszechnienia nazwy „Filipinka”: tak nazywano sklepy, kawiarnie, ciastka i torty, istniał nawet zespół *Filipinki*. Powstawały Kluby Filipinek, gdzie spotykały się czytelniczki, wymieniając się m.in. opiniami na tematy poruszane w piśmie. W latach następnych periodyk kolportowany był również w innych krajach, trafił także na kontynent amerykański, rozprowadzany wśród tamtejszej Polonii.

⁹ [br. aut.], *Od Anny do Zuzanny*, „Filipinka” 1957, nr 1, s. 2.

¹⁰ [czytelniczka], *Zwierzenia*, „Filipinka” 1957, nr 1, s. 3.

¹¹ A. Drwał, *Była sobie...*

Wraz z upływem lat zmieniała się grafika periodyku, jego objętość, format i zawartość, choć ta w niewielkim tylko stopniu: poszerzano poruszane zagadnienia, tworząc dodatkowe działy i rubryki, pozostając jednocześnie wiernym naczelnej zasadzie: radzić, pokazywać, ale i zmuszać do myślenia¹². Następowaly również zmiany na stanowisku redaktor naczelnej: w 1969 r. F. Strumińską zastąpiła Irena Tarłowska, która funkcję tę sprawowała do 1975 r. Jej miejsce zajęła wtedy Maria Dańkowska-Majke (kierowała ona pismem w latach 1976–1982).

Pod koniec lat 70. w „Filipince” pojawiło się więcej kolorowych, lepszych pod względem jakości, fotografii. Pastelowe, stonowane barwy na okładce zastąpiono żywszymi kolorami. Nakład pisma osiągnął wtedy pułap 550–700 tys. egz.¹³ W latach 80. zmieniła się wyraźnie okładka magazynu, nabierając charakteru bardziej artystycznego, rzadziej pojawiały się na niej tradycyjne dotąd zdjęcia czytelniczek, częściej za to drukowano w tym miejscu abstrakcyjne fotografie. Jednak ograniczenia związane z papierem dotknęły również „Filipinkę”. Kilka numerów z 1981 r. zostało wydanych w mniejszym formacie. Mimo to większość czytelniczek mogła podpisać się pod jednym z listów, wydrukowanych na łamach periodyku:

Czytałam „Filipinkę” z wielką radością. Chociaż F. była czarno-biała, była pisana bombowym językiem! Czytelnicy wiedzieli, że redakcja myśli tak jak oni sami: w szarym komunistycznym świecie „Filipinka” była powiewem wolnego, barwnego świata¹⁴.

Stan wojenny nie ominął również i tego tytułu, który podzielił los ówczesnej prasy. Numer z datą 13 grudnia 1981 r. nie dotarł już do kiosków. Następny trafił do czytelników 30 maja 1982 r., anonsowany wcześniej na łamach „Kobiety i Życia”¹⁵. „Nowa” „Filipinka” powróciła do dawnego formatu i objętości 16 stron ze względów, jak pisano, „technicznych”. Redaktor naczelną została Barbara Sidorczyk (w 1986 r. zastąpiona przez Hannę Jaworowską-Błońską), zaś wśród współpracowników pisma znaleźli się m.in. Anna Frankowska, Kalina Gawęcka, Zuzanna Jastrzębska, Witold Kuliński, Joanna Młynarczyk, Anna Okulicz, Anna Osiewska, Irena Ostałowska oraz Bożena Winch. Pomimo że czasopismo było skromne, by nie powiedzieć, zgrzebne w swej formie, nadal cieszyło się popularnością

¹² Dokładna analiza owych zmian nie stanowi jednak przedmiotu niniejszej książki, stąd przedstawiona zostanie tylko ogólnie.

¹³ Za: J. Kałużna, *Współczesne pisma dla dziewcząt na przykładzie „Filipinki” i „Dziewczyny”*, Praca magisterska, Uniwersytet Łódzki, Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki, promotor: H. Tadeusiewicz, Łódź 2004.

¹⁴ [czytelniczka], *Fanka Filipinki*, „Filipinka” 2001, nr 1, s. [10].

¹⁵ [br. aut.], *Za tydzień będzie „Filipinka”*, „Kobieta i Życie” 1982, nr 7, s. 11.

wśród nastolatków, czego dowodem był nakład, pod koniec lat 80. osiągający poziom ok. 550 tys. egzemplarzy¹⁶.

Największe zmiany w periodyku nastąpiły wraz z transformacją ustrojową w Polsce w 1989 r. Wynikające stąd konsekwencje, w bardzo wyraźny sposób odbiły się także na „Filipince”. Od tego czasu przy jednoczesnym podnoszeniu poziomu graficznego, w sposób widoczny zdążyła ona w stronę komercyjnej zawartości, obniżając poziom merytoryczny, udowadniając m.in., że zmiany własnościowe pociągają za sobą zazwyczaj poważne zmiany także w formie i treści danego tytułu.

Zapoczątkowała je prywatyzacja majątku RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Jak pisano wcześniej, wraz z nią pojawiło się wiele koncepcji dotyczących wydawania prasy dla kobiet. Niektóre redakcje pism kobiecych zakładały spółdzielnie dziennikarskie, inne szukały oparcia w kapitale zagranicznym. Do pierwszej grupy należał omawiany tytuł. Złożona z 13 członków Dziennikarska Spółdzielnia Pracy „Filipinka” powstała 2 maja 1990 r. Początkowo szukała porozumienia z DSW „Kobieta i Życie” oraz DSP „Magazyn Rodziny”: planowano utworzyć wspólny minikoncern prasy kobiecej, „Federację Prasy Kobiecej i Rodzinnej”. Jednak plany Komisji Likwidacyjnej wobec „Filipinki” były inne: miała ona przystąpić do Warszawskiej Grupy Prasowej. W tym czasie periodyk pod względem graficznym niewiele się zmienił. Jego objętość nadal wynosiła 16 stron, drukowanych na nieco tylko lepszym jakościowo papierze.

W kwietniu 1991 r. przestało jednak istnieć Warszawskie Wydawnictwo Prasowe. W tym samym roku DSP „Filipinka” podpisała umowę wydawniczą z wydawcą magazynu „Twój Styl”, tworząc Porozumienie Wydawniczo-Dziennikarskie Spółdzielni Pracy „Filipinka” oraz „Twój Styl” spółka z o. o. Spółka ta wydawała omawiany dwutygodnik od listopada 1991 do czerwca 1992 r. W tym okresie wraz z rosnącą liczbą konkurencyjnych pism adresowanych do młodzieży rozpoczęła się metamorfoza „Filipinki”. Zrezygnowano z dotychczasowego, gazetowego formatu, pojawił się lepszy jakościowo papier, wprowadzono kolor na większą liczbę kolumn pisma. Jednak wtórna transformacja rynku prasowego nie ominęła również i tego periodyku. W lipcu 1992 r. redakcja „Filipinki” odeszła z dotychczasowej spółki i wraz z Domem Wydawniczym BBiP (który uzyskał większość udziałów: 87,5%) utworzyła Dom Wydawniczy „Filipinka” – spółkę z o.o. Nowo powstała spółka miała administrować, redagować i kolportować tytuł. Zmieniono jego format, zwiększono liczbę stron średnio do 30, później 40. Zmianie uległa również grafika czasopisma. Wyraźnie wyodrębniono w nim poszczególne działy i rubryki, dzięki czemu jego zawartość stała się bardziej przejrzysta. Nakład pisma wynosił w tym czasie ok. 200 tys.

¹⁶ Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 123.

egzemplarzy. W 1994 r. niemal połowę udziałów w firmie BBiP (44%) wykupił norweski koncern prasowy Orkla Media¹⁷. Jednak nowy udziałowiec w nikłym tylko stopniu interesował się działalnością nowo nabytego tytułu, nie wnikając również w jego zawartość. Pomimo starań redakcji, ponownego zwiększenia objętości periodyku (do 46 stron), rozmaitych dodatków dołączanych do wydania głównego¹⁸, „Filipinka” stopniowo traciła czytelników. W latach 1994–1997 jej nakład spadł do poziomu wyjściowego z 1957 r. i wynosił 100 tys. egzemplarzy. W 1996 r. nową redaktorką naczelną pisma została Anna Mazurkiewicz, jednak nie zmieniło to złej sytuacji periodyku. W 1997 r. zwroty osiągnęły 40%¹⁹. Trudności finansowe doprowadziły w 1998 r. do sprzedania tytułu Wydawnictwu Prasowemu „Twój Styl”. Od tego momentu zaczął się nowy etap w historii „Filipinki”. Stopniowo nowy wydawca pożegnał się ze wszystkimi członkami dawnej redakcji. Nową redaktorką naczelną została Liliana Fabisińska. Zawartość periodyku ponownie uległa zmianie. Pierwszy numer „nowej Filipinki” trafił do czytelniczek we wrześniu 1998 r. Lepszy jakościowo papier, nowy format i szata graficzna (do złudzenia przypominająca formułę „Twojego Stylu”), zwiększona (do średnio 98 stron) objętość, więcej kolorowych zdjęć – miały przyciągnąć nowe czytelniczki i zatrzymać dawne adresatki „Filipinki”. Temu samemu celowi służyły kolejne zabiegi: zmodyfikowana okładka, nowe działy i rubryki, zwiększona liczba tekstów o charakterze poradnikowym, wywiadów ze znanymi osobami, zdjęć z sesji modowych. Zabiegi te sprawiły, że pismo, nad całością którego czuwała Krystyna Kaszuba (redaktorka naczelna „Twojego Stylu”), zaczęło coraz bardziej przypominać zachodnie magazyny.

W 1999 r. zmieniono częstotliwość wydawania tytułu, z dwutygodnika stał się on miesięcznikiem, liczącym średnio 80 stron, traktowanym coraz częściej przez czytelniczki jako luksusowy magazyn dla dziewcząt. Zmiany te, jakkolwiek rozmaicie przyjmowane, przyniosły jednak oczekiwane przez wydawcę efekty: sytuacja finansowa pisma poprawiła się, podobnie jak jego nakład. Ponownie zmieniła się redaktorka naczelna. Została nią Joanna Dowgiałło-Tyszka. W tym czasie powstała internetowa strona magazynu (www.filipinka.pl), na której obok publikacji analogicznych do zamieszczanych na łamach wersji drukowanej zaproponowano czytelniczkom także *Forum* i *Czat*. Dzięki temu mogły one komunikować się między sobą,

¹⁷ Orkla Media – koncern norweski, w Polsce od 1990 r., zaistniał jako większościowy udziałowiec dziennika „Rzeczpospolita”, „Życia Warszawy” oraz właściciel lub współwłaściciel dziesięciu dzienników regionalnych i lokalnych. Więcej, zob. np. KL, *Orkla buduje swoją potęgę*, „Press” 1996, nr 5, s. 5; K. Rosiński, *Orkla Media. 10 lat w Polsce*, Orkla Press Polska, Warszawa 2004.

¹⁸ Jak choćby *Filipinka Plus* (do numeru 17/1996), *Jesień* (do numeru 22/1996), *Snowboard* (do numeru 3/1997).

¹⁹ A. Piwowarska, *Trzy oblicza Filipinki*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003, nr 3–4, s. 128.

wymieniając uwagi i dyskutując na proponowane nierządki przez redakcję tematy. Zgodnie ze schematem tego typu stron, także i na tej zamieszczano rozmaite gry *on line*, „tapety” oraz e-kartki okolicznościowe. Strona stała się również miejscem, gdzie ogłaszano liczne konkursy (na przykład pisanie własnego dziennika).

Nowy wiek „Filipinka” powitała w nowej szacie graficznej i zmienionej zawartości. W 2001 r. średni sprzedawany nakład pisma wynosił już 130,2 tys. egzemplarzy, a sam tytuł przedstawiany był jako jeden z przykładów sukcesu na rynku prasowym²⁰.

W tym czasie zespół redakcyjny tworzyli: Monika Bielkiewicz, Inga Kazana, Piotr Kozub (sekretarz redakcji), Agnieszka Maciejak, Ewa Mierzejewska (zastępca redaktor naczelnej), Sylwia Orłowska, Katarzyna Troszczyńska, Joanna Wrześniowska oraz Iwona Zgliczyńska. Wśród stałych współpracowników znaleźli się m.in. Piotr Baran, Olga Butkiewicz, Zbigniew Lew-Starowicz, Katarzyna Nosowska, Zuzanna Śliwa i Natalia Usenko.

W badanym okresie, wraz z kolejnymi zmianami zachodzącymi w piśmie, pojawiły się jeszcze inne nazwiska. Kolejne wydania pisma przygotowywali m.in. Joanna Bachanek, Michał Chmielewski, Wanda Czech, Agnieszka Jeleniewska, Marta Kacprzyk-Sobieraj, Magdalena Kawczyńska, Monika Kucia, Kaja Popoff-Szczepańska, Bartek Rączkowski i Barbara Tuleja. Wśród współpracowników znaleźli się na przykład Monika Dąbrowska, Andrzej Depko, Agnieszka Gardyszewska, Monika Jaroszevska, Ewa Kaniewska-Lenarczyk, Bartek Koziczyński, Tomasz Kłys, Justyna Masella, Mirosław Nahacz, Fiolka Najdenowicz, Anita Roston, Bartek Sapota, Marzena Sendler, Marta Szafrąńska, Alicja Wysocka, a także Kuba Wojewódzki.

W styczniu 2002 r. nastąpiły kolejne zmiany własnościowe. H. Bauera Koncern kupił od spółki Polska Grupa Interim (właściciela WPTS) prawa do wydawania m.in. „Filipinki”²¹. Wydawnictwo Prasowe „Twój Styl” przekształcono w Spółkę Media Styl, która należała do Grupy Wydawniczej Bauer. W omawianym periodyku zmniejszono format, wprowadzono nowe rubryki, zmieniono nieco szatę graficzną. Redaktor naczelna, J. Dowgiałło-Tyszka, pisała do czytelniczek:

Chcemy, żeby Filipinka szła z duchem czasów, żeby Was zaskakiwała i była nowoczesna [...] Duch Waszego magazynu nie zmienia się. Zmienia się trochę forma. Mamy jednak nadzieję, że tak jak my w redakcji, uznacie, że jest to krok naprzód²².

²⁰ R. Filas, *Aktywność czytelnicza Polaków przełomu wieków*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2001, nr 3–4, s. 21–26, 28.

²¹ Sprawa przejęcia przez niemiecki koncern Wydawnictwa Prasowego „Twój Styl” została już omówiona w rozdziale 3.3.1, poświęconym miesięcznikowi „Twój Styl”. Zob. s. 377–378.

²² J. Dowgiałło-Tyszka, *Cześć dziewczyny!* [pis. oryg.], „Filipinka” 2002, nr 5, s. [2].

Jednak zarówno zmiana właściciela, jak i formy oraz (w pewnym stopniu) zawartości pisma nie wyszła tytułowi na dobre. Jeszcze w tym samym (2002) roku średnia wysokość sprzedaży miesięcznika zmniejszyła się do ok. 93 tys. egzemplarzy²³. Pod koniec tego roku Spółkę Media Styl włączono w struktury Wydawnictwa Bauer²⁴. Numer styczniowy (2003) trafił do czytelniczek w zmienionej postaci. „Nowa Filipinka na Nowy Rok” miała inny od dotychczasowego format, nowe nazwy rubryk i inną zawartość. Redakcja w liście do czytelniczek przyznawała:

Rewolucję w „Filipince” zrobiliśmy z Wami. Zmieniło się wszystko. Teraz znajdziecie w swoim piśmie więcej tematów, więcej gwiazd, chłopaków, porad, ciekawych tekstów. [...] Z waszych listów wiemy, że od swojego magazynu wymagacie wiele. Wielokrotnie podkreślacie, że „Filipinka” ma swojego ducha. Ma to „coś”, co wyróżnia ją spośród innych pism. Wprowadzając zmiany, staraliśmy się tego „czegoś” nie stracić²⁵.

Początkowo wydawało się, że zmiany te wpłynęły pozytywnie na kondycję tego najdłużej ukazującego się periodyku dla dziewcząt w Polsce. Nastąpił wzrost jego sprzedaży do 109 tys. egz.²⁶, choć należy podkreślić, że do pierwszych numerów pisma w tymże roku dołączone były gadzety, co mogło mieć wpływ na wskaźniki jego sprzedaży.

W tym czasie (styczeń 2003) z redakcji odeszła J. Dowgiałło-Tyszka. Zastąpiła ją Anna Damińska, kierująca dotąd innym periodykiem młodzieżowym, „Bravo Girl!”. Zmiana ta wskazywała na kierunek działań wydawcy. Z ambitnego, wartościowego pisma dla dziewcząt „Filipinka” zmierzała coraz wyraźniej w stronę pop-kulturowych pism młodzieżowych, które można było porównać do takich tytułów niemieckiego koncernu jak „Bravo” czy „Twist”. Pojawiło się więcej krótkich reportaży, rozbudowano dział poświęcony modzie i kosmetykom, zawartość magazynu podzielono na bloki tematyczne, z których każdy otrzymał własny kolor. Jak przyznała ówczesna redaktor naczelna: „chcemy wychować przyszłe czytelniczki >Twojego Stylu<”²⁷.

Kolejne zmiany objęły „Filipinkę” w 2004 r. Zmniejszony został jej format, pojawił się nowy projekt okładki, zwiększono objętość pojedynczego wydania z 88 do 124 stron (wynikało to m.in. z wprowadzenia obszernego działu *Filipinka Plus*, dotyczącego tematyki edukacyjnej, w ramach którego omawiano m.in. lektury szkolne). Nową redaktor naczelną (od numeru 6)

²³ Dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

²⁴ Nazwa tego koncernu zaczęła pojawiać się w stopce redakcyjnej „Filipinki” od wydania marcowego w 2003 r.

²⁵ J. Dowgiałło-Tyszka, *Witajcie w nowej Filipince*, „Filipinka” 2003, nr 1, s. 6.

²⁶ Dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

²⁷ „Press” 2002, nr 12, s. 12.

została Dorota Górnicka-Urban (zastąpiona w 2005 r. przez p.o. redaktor naczelnej Martę Dziubalską, a następnie od nr 12 przez Iwonę Kwiecień). Pomimo zmian, w kwietniu 2006 r. wydawca zdecydował o zamknięciu „Filipinki”, motywując decyzję zbyt dużą konkurencją w tej grupie pism i zbyt małymi przychodami z reklam, osiąganymi w przypadku omawianego tytułu²⁸. W ten sposób z rynku prasowego zniknął zasłużony i ważny periodyk, który wychował kilka pokoleń dziewcząt. Przeobrażenia, jakim został poddany po 1989 r., jakkolwiek prawdopodobnie konieczne, zmieniły go w bardzo dużym stopniu. Z dawnej „Filipinki”, która „radziła, pokazywała, ale też robiła coś, czego współczesna prasa nie robi – zachęcała do myślenia”²⁹ po latach zostało niewiele. Jak pisała o swoich wrażeniach jedna z jego dawnych czytelniczek, która:

kupiła kiedyś tę nową, barwną, wydaną na pięknym papierze Filipinkę, aby zarazić bakcylem swoją dorastającą córkę. Po zapoznaniu się z zawartością wpadła jednak w przerażenie. Kosmetyki, moda, seks, horoskop, mało śmieszny humor... To już wszystko? Dlaczego w miejsce mądrych porad psyche&soma pojawiły się pseudopsychologiczne teksty? Co się stało z recenzjami książek, sztuk teatralnych, pełnymi ciekawostek artykułami popularno-naukowymi, niebanalnymi opowiadaniem? Co czytać w gazecie, w większości z obrazków złożonej? Czy z tak kochanej przez nią Filipinki, która ją wychowywała, kształtowała i bawiła, pozostał już tylko tytuł?³⁰

Jednocześnie stawiała pytanie, które zadawały sobie, być może, inne dawne czytelniczki pisma:

A właściwie dlaczego tak się stać musiało? Czy faktycznie w dzisiejszych czasach mądre, przyjazne, skierowane do młodzieży pismo nie ma szans się sprzedać? Czy tego typu prasa nie jest już potrzebna? A może Filipinka „skończyła się” właśnie dlatego, że odeszła od swojej linii programowej, stając się kolejną barwną gazetką o niczym?³¹

4.2.2. Zawartość, czytelnicy, akcje

Zawartość „Filipinki” była przedmiotem kilku opracowań³². Wielokrotnie podkreślano jej edukacyjny i wychowawczy, a także społeczno-kulturalny charakter. Jednak, jak sygnalizowano to wcześniej, określenia te odpowiadały w znacznej mierze dawnej formule periodyku, zaś w niewielkim tylko stopniu odnieść je można było do „Filipinki” wydawanej na początku XXI w.

²⁸ K. Jasionek, *Młodzi wiedzą lepiej*, „Press. Magazyn Ekstra” 2006, nr 7, s. 13.

²⁹ K. Kromka, *F jak Filipinka*, <http://www.pinezka.pl/content/view/2153/209>, kwiecień 2011.

³⁰ *Ibidem*.

³¹ *Ibidem*.

³² Pisały o niej m.in. A. Piwowarska, K. Prewęcka, M. Siwko, Z. Sokół.

Jak pisała Zofia Sokół, zawartość omawianego czasopisma oparto

na psychologicznej zasadzie poszukiwania odpowiedzi na pytania zadawane w wieku 15–16 lat: „kim jestem?”, „kim będę?”, „kim powinnam być?”. „Jakie jest moje miejsce w społeczeństwie, w rodzinie, w grupie rówieśniczej, w szkole? Jak widzą mnie koleżanki i koledzy, nauczyciele i rodzice, krewni i znajomi?”³³

Tak sprecyzowanym pytaniom odpowiadały zagadnienia, poruszane na łamach pisma, szczególnie do 1990 r.: dom i rodzina, szkoła i nauka, relacje z rówieśnikami (w tym przyjaźnie, pierwsze miłości oraz rozstania), zdrowie i uroda, kultura, obyczajowość (na przykład normy postępowania w określonych sytuacjach), edukacja (przygotowanie do matury, prezentacja najmodniejszych kierunków studiów, wybór przyszłego zawodu). Po owym znamionym, także dla „Filipinki” 1990 r., proporcje tekstów, nawiązujących do wymienionych kwestii, były stopniowo zmieniane; większy nacisk położono na nowinki dotyczące pielęgnacji urody oraz kontaktów z rówieśnikami (szczególnie z męskimi ich przedstawicielami), więcej miejsca zaczęto również poświęcać modzie i plotkom ze świata filmu i muzyki. Wcześniejszych bohaterów reprezentujących literaturę zastąpili idole muzycy i filmowi. Recenzje książek zmniejszono do minimum na rzecz omówień premier filmowych i nowych przebojów muzycznych³⁴. W piśmie zaczęło brakować głębszych refleksji i analiz, oddających specyfikę „dawnej” „Filipinki”, zawartość periodyku zaczęła nabierać przede wszystkim charakteru informacyjno-reklamowego. Wyraźnemu zmniejszeniu uległy gatunki publicystyczne (na przykład artykuły czy felietony), ustępując miejsca gatunkom informacyjnym (wzmiankom, notatkom, różnym sprawozdaniom i kronikom wydarzeń).

Porównywanie często zmieniających się nazw działów i rubryk nie jest tematem niniejszego opracowania, można jednak wyodrębnić kilka stałych elementów, składających się na zawartość magazynu. Na początku badanego okresu były to: *Antrakt* (m.in. *Film*, *Nowe płyty*, *Wideo*), *Gorący temat*, *Ładna i zdrowa*, *Między nami*, *Odpocznij* (m.in. *Cześć poeci i poetki*, *Filip z Piwnymi Oczami*, krzyżówka, psychotest), *Szafa*, *Szkolne boje*. Rok 2003, wraz ze wspomnianymi wcześniej zmianami, przynosił częste modyfikacje w strukturze pisma, na którą składały się teraz inne nazwy działów (i rubryk): *Deser* (*Dekoder snów*, horoskop, krzyżówka, opowiadanie, *Poezja*, *Twój pokój*), *Lusterko* (*Bazar*, *Gabinet*, *Kosmetyczka*, *Lekcja urody*, *Trzymaj formę*, *Wasze sprawy*), *Rozrusznik* (*Kariera*, *Kasa*, *Licznik gwiazd*, *Postaw na swoim*, *Szkoła*), *Scena* → *Notes kulturalny* (*Filmowe hity*, *Idol*, *Książki*, *Moja*

³³ Z. Sokół, *Prasa kobieca...*, s. 123–124.

³⁴ Porównanie zawartości „Filipinki” na przykładzie wybranych numerów z poszczególnych lat przeprowadziła A. Piwowarska, zob. A. Piwowarska, *Trzy oblicza Filipinki*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003, nr 3–4, s. [127]–146.

piosenka, Prosto z planu, Teatr, W dwa ognie) oraz zachowane wcześniejsze elementy pisma, jak np. *Czarna Strona* (dawniej *Filip z Piwnymi Oczami*), *Gorący temat, Komiks, Listy do F.* W połowie 2003 r. ponownie pojawiły się zmiany; czytelniczki miały do wyboru m.in. takie działy jak *Kultura, Psychologia* (później jako *Psyche* → *Psychologia i seks*), *Uroda* (→ *Moda i uroda*), *Qchnia, Zawsze w F.* Następne numery przynosiły kolejne nowe rubryki, jak na przykład *Ciało i dusza, Dossier, Dzieje się, Filipinka plus, Ja plus..., Kurs na karierę, School na full.* Pobieżne choćby spojrzenie na zmiany zachodzące w nazwach działów i rubryk potwierdza wcześniejsze spostrzeżenia: w miarę upływu czasu „Filipinka” stawała się coraz bardziej „modna”, język i styl publikacji zbliżał się wyraźnie do ówczesnego slangu młodzieżowego, zawartość miała charakter bardziej komercyjny, niemal bliźniaczo podobny do innych pism młodzieżowych, popularnych, wysokonakładowych, które łączyły te same uniwersalne sformułowania, co sprawiało wrażenie kolejnych kalek tego samego tytułu, odbierając „Filipince” jej indywidualny, specyficzny charakter. Z pisma społeczno-kulturalnego stała się periodykiem poradnikowo-rozrywkowym oraz informacyjno-reklamowym. Wyraźne było w tym okresie zwiększenie liczby zdjęć oraz porad dotyczących zdrowia i pielęgnacji urody. Tendencja ta widoczna była do końca badanego okresu.

W 2005 r. ponownie zmieniono format magazynu. W latach 2001–2005 jego objętość wynosiła średnio 86 stron. Jednocześnie zmieniał się jego adresat. O ile bowiem „Filipinka” sprzed 1990 r. kierowana była do starszych (16–20 lat), ambitnych dziewcząt, o tyle w jej kolejnych wydaniach w latach następnych widać wyraźnie starania redakcji, by tytułem zainteresować młodsze (głównie w wieku gimnazjalnym, 11–14 lat) czytelniczki, o znacznie mniejszych (zbliżonych do przeciętnych) wymaganiach³⁵. Podobnie jak przeważająca część prasy młodzieżowej w tamtym okresie, „nowa” „Filipinka” wychowywać miała swoje czytelniczki „na wzorowe konsumentki: towarów, reklamowanych za pomocą porad, masowej kultury, opisywanej za pomocą >rozrywkowych porad<”³⁶, przyszłe adresatki magazynów kobiecych: „Twojego Stylu” lub „Elle”.

Do przeszłości należały ambitne akcje typu *Latająca Biblioteka*³⁷. W analizowanym okresie redakcja organizowała przedsięwzięcia o innym

³⁵ Obniżenie wieku czytelniczek zaczęło się wyraźnie w chwili wykupienia pisma przez WPTS, w kolejnych latach następowało dalsze odmładzanie adresatek periodyku.

³⁶ A. Piwowarska, *Gatunki dziennikarskie na łamach trzech wcieleń „Filipinki” – podobieństwa i różnice*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2005, nr 1, s. 68.

³⁷ Latająca Biblioteka – inicjatywa, adresowana do mieszkanki wsi i małych miast, w których książki w tamtych latach były trudno dostępne. Akcja polegała na wymianie książek pomiędzy czytelniczkami: „Dziewczęta zostają podzielone na kilkusobowe kółka. Każda uczestniczka otrzymuje z redakcji trzy książki, które po przeczytaniu przesyła (wedle ustalonej kolejności) koleżance ze swojego kółka” („Filipinka” 1965, nr 19, s. 11).

charakterze, na przykład *Dziewczyna Filipinki* (w postaci krótkiej notatki prezentowano czytelniczki, które podejmują ciekawe, nierzadko niekonwencjonalne działania, zachęcając jednocześnie pozostałe dziewczęta do przysyłania zgłoszeń³⁸), *Superhit F.* (comiesięczny wybór przez czytelniczki najlepszego kosmetyku) czy *Zacznij karierę z Filipinką*³⁹. Należy wspomnieć również o konkursie *Nauczyciel na 6*: czytelniczki przysyłały propozycje własnych kandydatów na najlepszych, ich zdaniem, pedagogów, którym później przyznawano nagrody i wpisywano ich na honorową listę „Filipinki”.

Cyklicznie organizowanym, o wieloletniej tradycji był Konkurs Literacki Filipinki. Ze względu na charakter pracy zostanie on omówiony w dalszej jej części.

Na łamach periodyku pojawiały się także ogłoszenia o konkursach, organizowanych m.in. przez instytucje, firmy lub szkoły (na przykład konkurs Międzynarodowej Szkoły Charakteryzacji Marii Ewy Dziewulskiej: *Zgadnij, kto to jest?*⁴⁰).

4.2.3. *Ile w Tobie z Bridget Jones?*⁴¹: książka na łamach pisma

Jakkolwiek do 1990 r. literatura była chętnie reprezentowana na łamach „Filipinki”, o tyle w latach następnych wyraźna stała się tendencja do zmniejszania w periodyku miejsca poświęconego książce. W badanym okresie szeroko rozumiana kultura reprezentowana była przede wszystkim poprzez informacje dotyczące filmu i muzyki, natomiast interesujące nas zagadnienia związane z literaturą poruszano w znacznie mniejszym stopniu, systematycznie je marginalizując.

W latach 2001–2005 dział, w którym pojawiały się strony lub rubryki poświęcone kulturze, wielokrotnie zmieniał swą nazwę oraz formę. Częste zmiany⁴² zdają się odzwierciedlać nie tylko przeobrażenia, jakie obejmowały periodyk w badanym okresie, ale również dają wyraz niezdecydowaniu redakcji, poszukiwaniom, które (być może) miały na celu utrafić w gust współczesnych dziewcząt. W efekcie jednak w strukturze działu kulturalnego, a w jego ramach w interesującej nas rubryce, panował niemal nieustanny chaos.

³⁸ Zob. np. „Filipinka” 2004, nr 7, s. [5].

³⁹ „Filipinka” 2003, nr 4, s. [28]–[29].

⁴⁰ Zob. np. „Filipinka” 2004, nr 4, s. [5].

⁴¹ Tytuł, zob. „Filipinka” 2001, nr 8, s. [53].

⁴² W trakcie analizowanych 5 lat pięciokrotnie zmieniono nazwę działu kulturalnego (*Antrakt* → *Scena* → *Notes kulturalny* → *Dzieje się* → *F. teraz*) i aż 12 razy zmianie ulegała nazwa strony, w ramach której odnaleźć można było informacje dotyczące książek (kilkakrotnie powracano do raz zarzuconej nazwy). Ze względu na tak częste modyfikacje zdecydowano się je omówić w tym miejscu, nie zaś w podrozdziale poświęconym recenzjom książek, unikając w ten sposób niezbędnego w takim przypadku powtarzania informacji.

Przez pierwsze dwa lata był to wyodrębniony w spisie treści *Antrakt*, który wewnątrz numeru odnaleźć można było na przypisanych mu stronach jako *Segregator*⁴³. W jego obrębie, zazwyczaj w środkowej części numeru, drukowano (systematycznie lub sporadycznie) następujące rubryki: *Film, Idol Książki, Muzyka, Wideo, Zjawiska*. Zajmowały one średnio 8 stron zawartości pisma, przy czym najbardziej interesująca nas rubryka nie pojawiała się w każdym numerze⁴⁴. Książce poświęcano przeważnie całą stronę, choć w kwietniowym i grudniowym wydaniu w 2001 r. była to tylko kolumna.

Od numeru 1 (2003) wraz z opisanymi wcześniej przeobrażeniami, zachodzącymi w magazynie, nastąpiła również zmiana nazwy działu kulturalnego. Dotychczasowy *Antrakt* zastąpiła w spisie treści (a także analogicznie wewnątrz numeru) *Scena*, zaś w jej ramach obok większości dotychczasowych rubryk⁴⁵, pojawiła się dodatkowo *Sztuka* (na stronie jej poświęconej drukowano m.in. informacje związane z książką). Zanim jednak czytelniczki zdążyły przyzwyczać się do nowej formuły, od wydania kwietniowego (2003) nastąpiła kolejna zmiana: zamiast *Sceny* zaproponowano *Notes kulturalny*, a w jego obrębie, obok podobnych do poprzednich rubryk, dodano dwie nowe: *Multimedia, Prześwietlenie*, oraz jednorazowo (w wydaniu majowym) część zatytułowaną *Kultura*. Od numeru czerwcowego (2003) wyodrębniono oddzielną stronę, zatytułowaną *Książki*, którą poza jednym wyjątkiem⁴⁶ drukowano do numeru 9 (2003) włącznie. W numerze 10 (2003) ponownie zmieniono jej nazwę. Odtąd czytelniczki zainteresowane książką mogły znaleźć informacje z nią związane w ramach *Literatury*. Nowa nazwa nie utrzymała się długo, bo tylko do następnego, listopadowego numeru. Natomiast w wydaniu świątecznym, grudniowym, oraz noworocznym, otwierającym rok 2004, zabrakło rubryki poświęconej książce.

Od numeru 2 w 2004 r., nadal w ramach *Notesu Kulturalnego* powrócono do wcześniejszej nazwy rubryki, jaką były *Książki*. Po czterech numerach redakcja uznała za stosowne dodać jeszcze określenie *To warto czytać*. Kolejne trzy wydania (czerwcowe, lipcowe i sierpniowe) to rubryka zatytułowana *Literatura*. Numer wrześniowy powitał czytelniczki znaną nazwą: *Książki*.

Październik 2004 r. to kolejne zmiany. Tym razem strona, na której odnaleźć można m.in. informacje związane z książką, otrzymała tytuł *Przebojnik*.

⁴³ Inna nazwa działu, pojawiająca się w spisie treści i inna wewnątrz numeru była częścią praktyką redakcji.

⁴⁴ Pominięto ją w następujących numerach w 2001 r.: 1, 2, 5, 6, 7, 11 oraz w roku 2002 w numerach: 4, 5, 8.

⁴⁵ Poza wyodrębnionymi dotychczas *Książkami*.

⁴⁶ W numerze lipcowym (2003).

Od numeru 1 w 2005 r., zachowując powyższą nazwę interesującej nas strony, zmieniono nazwę działu kulturalnego, który odąd nosił tytuł *Dzieje się*. Jednorazowo, w wydaniu kwietniowym, pojawiła się nowa nazwa: *Warto obejrzeć*.

Ostatnia w badanym okresie zmiana nastąpiła od numeru majowego pisma. Informacje kulturalne przeniesiono do działu *F. teraz*. W jego obrębie wyszczególniono rubrykę *Obejrzyj i przeczytaj*, skróconą od numeru 9 (2005) do propozycji/polecenia *Przeczytaj*⁴⁷.

Przeważająca liczba informacji kulturalnych zamieszczana była w przywołanym powyżej dziale, zmieniającym na przestrzeni 5 lat swą nazwę. Jednak wzmianki związane z problematyką kulturalną pojawiały się niekiedy także na innych stronach periodyku. Zostaną one omówione w dalszej części rozdziału.

Do numeru 5 (2002) włącznie za sprawy kultury odpowiadała w piśmie Inga Kazana, w dwóch kolejnych numerach w stopce redakcyjnej pojawiło się nazwisko Bartka Rączkowskiego jako osoby czuwającej nad przygotowaniem informacji kulturalnych. Od numeru sierpniowego tegoż roku został on mianowany na stanowisko p.o. redaktora naczelnego, natomiast w numerze 9 nową redaktor odpowiedzialną za dział kulturalny została Monika Kucia, pełniąca tę funkcję do numeru 2 (2003) włącznie. W następujących siedmiu numerach pisma brakuje informacji dotyczącej osoby odpowiedzialnej za tenże dział i dopiero w wydaniu październikowym (2003) znalazło się w stopce redakcyjnej nazwisko Moniki Dąbrowskiej. Wraz z kolejnymi zmianami w piśmie, które nastąpiły w 2004 r., ze stopki redakcyjnej zniknęło jej nazwisko i aż do końca badanego okresu brak oficjalnie zastępującej jej osoby. Charakterystyczne jest również spostrzeżenie, że przeważająca liczba informacji kulturalnych nie była podpisywana, zatem trudno jest podać w tym miejscu inne jeszcze nazwiska osób, które przygotowywały w analizowanym okresie teksty składające się na interesujący nas dział.

Dominującą formą informacji o książce na łamach prezentowanego pisma w badanym okresie były recenzje, aczkolwiek, jak już został to powiedziane w części wstępnej do rozdziału opisującego wybrane pisma młodzieżowe, nie w pełni odpowiadały one definicji gatunku publicystycznego, do którego są zaliczane. Przypomnijmy, że ich postać częściej przypominała notatkę prasową, adnotację treściową, omówienie lub krótkie streszczenie, pozbawione rozbudowanych elementów, charakterystycznych dla wzorcowej recenzji. Sporadycznie pojawiały się jednak również inne formy dzien-

⁴⁷ W ostatnim badanym numerze (12/2005) nazwa ta nie pojawiła się, aczkolwiek rubryka zachowała swą wcześniejszą formę.

nikarskie, a jakkolwiek było ich niewiele, to można jednak wyodrębnić, wzorem poprzednich rozdziałów, następujące kategorie i odpowiadające im dane statystyczne⁴⁸ (tabela 60).

Tabela 60. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje, omówienia, streszczenia	179
Wywiady	19
Reklamy książek	159
Sylwetki/portrety	10
Artykuły, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	15
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje znanych dzieł	49
Konkursy i akcje	60
Listy bestsellerów	8
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej informacji związanej z książką	3
Inne ^a	177
Ogółem	679

^a Ze względu na specyfikę i charakter zamieszczanych w omawianym periodyku informacji związanych z książką do kategorii Inne zaliczono w tym przypadku teksty, których autorem był pisarz, fragmenty powieści, komiks i opowiadania drukowane w odcinkach na łamach pisma, rubrykę poetycką, kilkakrotnie zamieszczoną rubrykę *Co czyta...?* oraz wzmianki i notatki prasowe, donoszące o wydarzeniach związanych z literaturą.

Źródło: badania własne.

Jak już wspomniano powyżej, przeważającą kategorią związaną z informacją o książce na łamach omawianego pisma były Recenzje, omówienia i streszczenia (179). Pozostałe, poza grupą Inne, Reklamy książek oraz Konkursy i akcje, prezentowane były pod względem liczbowym bardzo skromnie. Zwraca szczególnie uwagę znikoma niemal liczba listów czytelniczków, w których odnosiłyby się one do prezentowanych na łamach miesięcznika książek, szczególnie że odzew kupujących „Filipinkę” na inne tematy poruszane w piśmie był duży.

Jak wynika z analizy zebranego materiału, dominującą formą dziennikarską, którą można odnaleźć w periodyku, były gatunki informacyjne, takie jak wywiad, sylwetki/portrety, listy czytelników, inne, wśród których przeważały wzmianki, notki prasowe, w tym informacje poszerzone i pełne. Poza recenzjami, omówieniami i streszczeniami sporadycznie pojawiały się inne formy publicystyczne, jak na przykład felietony i artykuły, bardzo

⁴⁸ Podobnie jak w poprzednich rozdziałach, tak i tu przyjęto porządek podawania określonych kategorii zgodnie z kolejnością ich omawiania w dalszej części pracy.

rzadko zaś spotkać można było na łamach o opisywanego miesięcznika komentarze.

Większość wymienionych w tabeli 60 informacji drukowana była w ramach działu zawierającego doniesienia kulturalne. Wśród nich znalazły się także recenzje.

4.2.3.1. *Czytasz i w lot chwytasz*⁴⁹: miejsce recenzji w układzie pisma

W latach 2001–2005 na łamach „Filipinki” pojawiło się w sumie **179** recenzji, omówień i streszczeń książek⁵⁰. W tabeli 61 zaprezentowano ich liczbę w poszczególnych latach.

Tabela 61. Recenzje i omówienia książek zamieszczane na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji, omówień i streszczeń
2001	17
2002	52
2003	27
2004	44
2005	39
Ogółem	179

Źródło: badania własne.

Liczba recenzji, omówień i streszczeń była bardzo nierówna; trudno mówić o jakichkolwiek tendencjach; różnica pomiędzy ich najmniejszą a największą liczbą jest ponad trzykrotna, co wynikało z przytoczonych powyżej częstych zmian związanych z rubryką, w której drukowano także omówienia książek, jak również z faktu, że (szczególnie w początkowym okresie) recenzje nie należały do systematycznie zamieszczanych w magazynie materiałów. W 2001 r., pomimo że strona związana z książką znalazła swe miejsce w sześciu wydaniach, to recenzje pojawiły się w pięciu z nich, przy czym ich rozmieszczenie za każdym razem było nieco inne. W następnym, 2002 r., interesująca nas strona pojawiła się w dziewięciu wydaniach, ale recenzje zamieszczono tylko w siedmiu z nich, od numeru czerwcowego anonując część omówień tytułem *Filipinka poleca*. Oto wybrane przykłady obrazujące tę formę informacji o książce, wykorzystywaną na łamach prezentowanego pisma (zdjęcia 148–150)⁵¹.

⁴⁹ Tytuł jednej z recenzji, „Filipinka” 2001, nr 4, s. [43].

⁵⁰ W tej liczbie znalazły się wyłącznie recenzje odredakcyjne.

⁵¹ Ze względu na częste zmiany, zachodzące na omawianych stronach, podane przykłady odzwierciedlają tylko najważniejsze z nich.



Zdjęcie 148. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” 2001, nr 10, s. 48



Zdjęcie 149. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” 2001, nr 12, s. [59]



Zdjęcie 150. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” 2002, nr 10, s. [54]

W każdym z prezentowanych przypadków recenzje rozmieszczone były na stronie w inny sposób, ale wydaje się, że za każdym razem panował na niej pewien chaos. Zbyt duże nagromadzenie elementów, niewyraźne ich oddzielenie powodowało szum informacyjny, szczególnie w dwóch pierwszych przykładach. Czytelnik mógł odnieść wrażenie, że redakcji zależało przede wszystkim na maksymalnym wykorzystaniu miejsca, bez zwracania szczególnej uwagi na stopień komunikatywności przekazu. W pięciu numerach w 2002 r. niektóre omówienia wyodrębnione były hasłem *Filipinka poleca*, i drukowane u dołu strony (na przykład zdjęcie 150).

W 2003 r. recenzje, omówienia i streszczenia zamieszczono w siedmiu numerach pisma, chociaż strona związana z książką pojawiła się w 10 wydaniach pismach⁵², w dwóch zaś ją pominięto⁵³. Także w ramach tego roku jej nazwa i forma ulegały zmianom. Eksperymentowano z różnym rozmieszczeniem omówień na wybranej dla nich stronie, przy czym nie w każdym przypadku przeznaczano dla nich tyle samo miejsca. Poniżej wybrano przykłady ilustrujące owe modyfikacje (zdjęcie 151–153).



Zdjęcie 151. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2003, nr 3, s. 66

⁵² W trzech pozostałych wydrukowano fragmenty wybranych powieści.

⁵³ W numerach 1 i 12 (2003).



Zdjęcie 152. Strona recenziyjna
na łamach „Filipinki”
„Filipinka” 2003, nr 6, s. [67]

Za każdym razem grafika strony była inna, jednak nadal pozostawała mało przejrzysta, choć bardzo kolorowa, co odpowiadało całej zawartości periodyku. W dwóch pierwszych przykładach najliczniejszymi stałymi elementami były kopie okładek prezentowanych książek, w większości jednak zbyt małe, by stanowić czytelne źródło informacji. Równie zmienna była liczba omówień: od jednego (w lipcu/2003), poprzez trzy (m.in. w wydaniu marcowym), a kończąc na pięciu (numer sierpniowy). Wahańom ulegała również ich objętość.



Zdjęcie 153. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2003, nr 8, s. 71

Kolejne modyfikacje nastąpiły w 2004 r. Wraz z opisanymi wcześniej zmianami tytułu strony recenzyjnej, czytelniczkom kilkakrotnie (niemal w każdym kolejnym numerze) proponowano inny jej wygląd. W ciągu 12 miesięcy recenzji książek zabrakło tylko raz, w wydaniu styczniowym, natomiast w numerze 2 na sprawy związane z książką, w tym omówienia wybranych tytułów, przeznaczono dwie strony. Próby redakcji, zmierzające do znalezienia najlepszego rozwiązania dla prezentacji interesujących nas informacji, przedstawiono na zdjęciu 154.

Zmiany wprowadzano bardzo często, w 2004 r. praktycznie niemal w każdym numerze (zdjęcia 155–158).



Zdjęcie 154. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 3, s. 77



Zdjęcie 155. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 5, s. 74



Zdjęcie 156. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 7, s. 76



Zdjęcie 157. Strona recenziyjna na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 9, s. [69]



Zdjęcie 158. Strona recenziyjna
na łamach „Filipinki”
Filipinka” 2004, nr 10, s. 70



Zdjęcie 159. Strona recenziyjna
na łamach „Filipinki”
„Filipinka” 2004, nr 11, s. [73]

Eksperymentowano nie tylko z różnym rozmieszczeniem elementów na stronie i zmianą jej tytułu, ale również z wprowadzaniem w tym miejscu różnych kolorów (obok różowego i czerwonego, pojawiał się także niebieski, zielony i żółty) – zdjęcie 159.

Ostatnie przytoczone przykłady obrazują zmiany zachodzące w obrębie interesującej nas strony w okresie zaledwie jednego roku. Do wydania sierpniowego widać największe zróżnicowanie informacji o książce zamieszczanych w tym miejscu pod względem formy. Zazwyczaj obok omówień (3–4), umieszczonych w postaci kolumny lub modułu u dołu strony, drukowano fragment wybranej powieści, niekiedy także proponowano konkurs sms-owy, w którym nagrodą były książki (zdjęcia 154–156). Obok owych omówień, coraz krótszych pod względem objętości, coraz bardziej przypominających wzmianki niż prawdziwe recenzje umieszczano kopie okładek prezentowanych książek, a także odnoszące się do nich podstawowe dane bibliograficzne. W numerach marcowym i kwietniowym (2004) pojawiło się wprowadzenie anonsujące zawartość rubryki: „Co warto przeczytać? Jakich nowości szukać w księgarniach? Dla Was czytamy, oceniamy i polecamy książki!”, sugerujące specjalne starania redakcji. (zdjęcie 154), zarzucone jednak w kolejnych wydaniach pisma.

Jednak już od numeru sierpniowego widać stopniowe redukowanie miejsca przeznaczonego na omówienia. Najpierw była to tylko kolumna, obok innych informacji, związanych na przykład z filmem lub muzyką (zdjęcie 157), później objętość omówień zmniejszono do 1–3-zdaniowych adnotacji treściowych, drukowanych w formie modułu u dołu strony, pod listą bestsellerów, wśród których znalazły się także książki (zdjęcie 158–159). Wzmianki te, jakkolwiek traktowane jako jeden z ostatnich elementów zamieszczanych na stronie (szczególnie od numeru październikowego), stały się bardziej wyraźne, głównie dzięki wprowadzeniu bardziej stonowanych kolorów. Stałym ich składnikiem pozostała kopia okładki proponowanej książki (także bardziej czytelna) i określające ją podstawowe dane bibliograficzne. Taką formę recenzji zachowano do numeru 4 (2005). Od numeru 6 pojawiły się kolejne modyfikacje, związane z lokalizacją omówień na danej stronie, choć nie były one już zbyt rewolucyjne. Ostatni badany rok (2005) przyniósł kolejne zmiany, które widoczne są w wybranych poniżej przykładach (zdjęcia 160–161).

Autobiogram przez polską

Nowości książkowe

Autobiogram przez polską

Nowości książkowe

Konkurs

Do wygrania 40 zestawów

KONKURS

Zdjęcie 160. Strona recenziyjna
na łamach „Filipinki”
„Filipinka” 2005, nr 6, s. 14

Nowości książkowe

Konkurs SMS!

Konkurs

Zdjęcie 161. Strona recenziyjna
na łamach „Filipinki”
„Filipinka” 2005, nr 12, s. [75]

Prezentowane wyżej zmiany miały głównie charakter graficzny. Jednocześnie nadal utrzymywała się tendencja, polegająca na ograniczeniu objętości omówień, poświęconych książkom. Miały one w tym czasie wciąż postać zwięzłych adnotacji treściowych, notatek prasowych o charakterze czysto informacyjnym, które z faktyczną recenzją miały już niewiele wspólnego. Patrząc na te strony, czytelnik mógł odnieść wrażenie, że przegląda kolorowy komiks. Znalazły się tu krótkie teksty, przedzielone kontrastowymi pod względem koloru tytułami lub tłem, na którym drukowano daną informację. Czytelnicy mieli do dyspozycji najpierw niewielki objętościowo moduł, wtłoczony pomiędzy inne informacje, zaliczone przez redakcję do kategorii kulturalnych, później jego zwiększenie i przeniesienie na dół strony. Od numeru sierpniowego (2005) powrócono do kolumny, zawierającej 3–4 omówienia. Ich forma odpowiadała charakterowi całego periodyku, który, jak już podkreślano, coraz wyraźniej upodabniał się do innych magazynów młodzieżowych Wydawnictwa Bauer. W efekcie wprowadzanych zmian strona poświęcona sprawom kulturalnym zyskiwała pod względem graficznym na przejrzystości, ale jednocześnie wyraźnie traciła pod względem merytorycznym.

4.2.3.1.1. Zakres i charakter recenzji - przykłady

W latach 2001–2005 na łamach „Filipinki” przedstawiono w formie recenzji, omówień i streszczeń książki **156** autorów, w tym 58 pisarzy polskich i 98 twórców obcych (zob. Aneks 45. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005).

Rzadko proponowano więcej niż jedną książkę tego samego autora. Zaledwie trzykrotnie omówiono trzy tytuły tego samego twórcy (tak było w przypadku książek Katarzyny Grocholi, Joanne Harris, Amélie Nothomb). Natomiast dwie książki tego samego autora przedstawiono 12-krotnie. Wśród wyróżnionych w ten sposób pisarzy znaleźli się: Isabel Allende, Paulo Coelho, Joanna Fabicka, Helen Fielding, Marta Fox, Yann Martel, Małgorzata Musierowicz, Wendy Northcutt, Arturo Pérez-Reverte, Krystyna Siesicka, Janusz. L. Wiśniewski oraz Stanisław I. Witkiewicz. Nazwiska autorów recenzowanych książek wskazują na drogę, jaką przeszła „Filipinka” w trakcie badanego okresu. Obok bowiem autorów książek adresowanych do starszych czytelników, w tym także adresatek 18–20-letnich, pojawiły się propozycje literatury typowo młodzieżowej, w tym również lektur dla uczniów w wieku gimnazjalnym. Poza wymienionymi, proponowano też sięgnięcie po twórczość takich autorów, jak na przykład John M. Coetzee, Jonathan Carroll, Magda Dygat, Fiodor Dostojewski, Etgar Keret, Jaeggy Fleur, Manuela Gretkowska, Hari Kunzru, Gabriel G. Márquez,

Czesław Miłosz, Andrzej Stasiuk, a zatem tych twórców, których odnajdziemy także wśród recenzji zamieszczanych zarówno na łamach tygodników opinii, jak i periodyków kobiecych. Jednocześnie czytelniczki „Filipinki” mogły poznać zdanie redakcji pisma na temat książek takich autorów jak choćby Marta Dzido, Victor Bockris, Regina Dachówna, ale także i Tove Jansson, Lucy M. Montgomery, Mirosław Nahacz czy Sue Townsend.

Cechą łączącą nazwiska autorów recenzowanych w periodyku książek zdaje się być ich popularność: większość bowiem twórców znana była szerszej publiczności. Inny klucz jest trudny do uchwycenia, jako że, zgodnie z tym, co już stwierdzono, książki polecane czytelniczkom pisma nie należały wyłącznie do kanonu lektur typowo młodzieżowych bądź tylko literatury „dorosłej”.

Najczęściej recenzowano powieści, rzadziej opowiadania (na przykład *Wszystko jest względne. 14 mrocznych opowieści* Stephena Kinga), zaledwie w kilku przypadkach proponowano tomiki wierszy (m.in. *Co słyhać w lustrach?* Anny Kowalskiej), poradniki (na przykład Seane`a Coveya *7 nawyków skutecznego nastolatka*) lub słowniki (jak choćby *Słownik ojczyzny polszczyzny* Jana Miodka).

Na przestrzeni pięciu lat kilkakrotnie zmieniała się objętość omówień, jednak przez przeważającą część czasu nie przekraczała ona kilku zdań. Najobszerniejsze z nich drukowano w latach 2001–2002, najkrótsze w ostatnim z badanych roczników.

Niekiedy wybrane tytuły podporządkowane były określonemu tematowi, na przykład w jednym z numerów zaproponowano czytelniczkom książki, których męscy bohaterowie (według redakcji) odpowiadali także typom współczesnych mężczyzn. Zachęcano do sięgnięcia po te właśnie lektury, bo odkrywać miały one prawa, rządzące męską naturą, a po ich przeczytaniu, jak przekonywano czytelniczki, „płeć przeciwna nie będzie już dla Was aż taką zagadką”⁵⁴. Uważna lektura *Pana Tadeusza* miała jasno wskazywać na to, że mężczyźni „nie są z natury monogamistami, zdradzają z nudów i pobudek intelektualnych, a niektórzy po prostu wolą partnerki starsze od siebie”⁵⁵. Z kolei poznanie *Gracza* Fiodora Dostojewskiego ostrzegać miało nastolatki przed typowymi hazardzistami, a *Niebezpieczne związki* Pierre’a A. F. Ch. de Laclose’a niosły ze sobą potwierdzenie tezy postawionej przez recenzenta, że „mężczyźni (czy to ze stulecia XVIII, czy XXI) nie są normalni i nawet kochając do szaleństwa mogą zdradzać i zadawać ból”⁵⁶.

⁵⁴ [br. aut.], *Męskie sekrety*, „Filipinka” 2001, nr 1, s. [49].

⁵⁵ *Ibidem*.

⁵⁶ *Ibidem*.

Innym razem proponowane książki łączył wątek matki i córki:

Są jednym ciałem przez dziewięć miesięcy. Te dwie kobiety łączy szczególna więź. Nic dziwnego, że relacje między nimi to temat częsty w literaturze. Czasem są sobie bliskie przez całe życie, a czasem nie odnajdują drogi porozumienia. Matka pokazuje córce świat kobiety. Przeczytajcie dobre książki o matkach i córkach⁵⁷

– zachęcano. W jednym omówieniu proponowano pięć tytułów: *Córkę Nastawiacza Kości* (Amy Tan), *Kwietniową czarownicę* (Majggull Axelsson), *Niesforną duszę* (Anne Lamott), *Paulę* (I. Allende), *Pięć ćwiartek pomarańczy* (Joanne Harris). Wytypowane książki przedstawiono w postaci jednej recenzji, która zajęła niemal 3/4 strony. O ile jednak w poprzednim przypadku w recenzjach pojawił się obok streszczenia fabuły książki pewien element analizy i porównania, o tyle tu ograniczono się do nakreślenia głównych wątków każdej z proponowanych książek i krótkich odniesień do ich autorek. Podobną formułę zachowało omówienie czterech lektur, zaproponowanych w następnym, październikowym numerze pisma (2002)⁵⁸. Polecano w nim *Ostatnią podróż Sindbada Żeglarza* (Johna Bartha), *Królownę Śnieżkę* (Donalda Barthelme), *Rtęć* (A. Nothomb) oraz *Baśnie* (H. Hesse). I w tym przypadku recenzentka, M. Kucia, ograniczyła się do zwięzłego przedstawienia treści każdej z książek.

Te dwa zabiegi recenzyjne (streszczenie i ewentualne odniesienia do osoby autora) były najczęstszymi elementami, pojawiającymi się w pozostałych omówieniach książek. W 2001 i 2002 r., gdy na recenzje poświęcano więcej miejsca, streszczenia były niekiedy bardziej szczegółowe, czasem wzbogacone o ciekawostkę dotyczącą autora bądź historii powstania książki. Warto przytoczyć jeden z odpowiadających temu opisowi charakterystycznych przykładów:

Iwona Tramp jest nastolatką, która nie zamierza zmarnować życia na rodzimej prowincji. Za wszelką cenę chce uciec i od sfrustrowanych rodziców, i od braci z piekła rodem, i amantów od siedmiu boleści, i szkoły, której nie znosi, i kolegów, z którymi nie może się dogadać, a przede wszystkim od własnych kompleksów. Jest młoda, zdeterminowana, ma jasno wyznaczone cele. Postanawia więc rozpocząć nowe życie w wielkim mieście. Okazuje się jednak, że życie w wielkomiejskiej dżungli wcale nie jest łatwe. Trzeba bardzo uważać na ludzi, których spotyka się na swojej drodze, aby w niej przetrwać, należy przystosować się do panujących tam praw. Z wydaniem „Krótkiej historii Iwony Tramp” wiąże się ciekawostka. Czy wiecie, że powieść ta najpierw ukazała się w odcinkach w Internecie, a bywalcy sieci na

⁵⁷ [br. aut.], *Matka i córka*, „Filipinka” 2002, nr 9, s. [44].

⁵⁸ M. Kucia, *Z baśnią w tle*, „Filipinka” 2002, nr 10, s. [54]. Należy zaznaczyć, że w obydwu przedstawionych przypadkach nie były to jedyne tego typu informacje na stronie; pod omówionymi tytułami zamieszczono moduł, zatytułowany *Filipinka poleca*, pod którym znalazły się trzy opisy kolejnych książek.

bieżąc komentowali wydarzenia, wyrażali swą opinię na temat postępowania bohaterki, a nawet włączali się w tok pracy pisarki, ingerując w rozwój powieściowej akcji? To się nazywa proces twórczy na miarę XXI wieku!⁵⁹

Wraz ze zmniejszaniem objętości recenzji, streszczenia proponowanych książek stały się znacznie bardziej zwięzłe, przypominając nierzadko bardziej adnotację reklamową, niż zabieg recenzyjny. Oto kilka ilustrujących to stwierdzenie przykładów:

Mado, bohaterka książki „Świat w ziarnku piasku” po latach powraca do rodzinnego domu. Tam spotyka tajemniczego mężczyznę. Nie tylko ratuje wioskę przed zagładą, ale także znajduje miłość życia⁶⁰.

Powieść Agnieszki Stefańskiej to pełna humoru i magii saga rodu Pruskich. Narratorka, nastoletnia Julia, przeżywa swoją pierwszą miłość⁶¹.

Łucja kocha Jose, Galago ma wiele fobii, Konrad romans. A wszystko dzieje się na warszawskiej Pradze⁶².

W 2005 r. były to już w zasadzie przeważnie tylko krótkie hasła, sygnalizujące temat, poruszany w proponowanej książce.

Młody dziennikarz chce napisać kompromitujący artykuł. Jego plany komplikuje nagle uczucie⁶³.

Fascynująca opowieść o Francuzce, która w przebraniu pielgrzymy dociera do niedostępnych dla cudzoziemców miejsc⁶⁴.

Historia ambitnej dziewczyny, która samotnie przyjeżdża do Warszawy. W stolicy poznaje niezwykłych ludzi, którzy wpłyną na jej los⁶⁵.

Wesoła i ironiczna opowieść o tym, jak być kobietą i wytrzymać ze sobą. Młoda bohaterka książki, Natasza, boryka się z wieloma niedogodnościami, ale mimo wszystko potrafi być szczęśliwa i cieszyć się życiem⁶⁶.

Niekiedy dodatkowym elementem omówień była, jak w ostatnim przytoczonym powyżej przykładzie, ocena proponowanego tytułu, wyrażona za pomocą przymiotników. Pojawiały się m.in. stwierdzenia, że dana książka jest „fascynująca”, „piękna”, „bardzo mądra”, „dowcipna”, „mroczna, ale zarazem komiczna”, „żywiłowa i porywająca”. W 2004 i w kilku przypad-

⁵⁹ [br. aut.], *Współautorzy z Internetu*, „Filipinka” 2001, nr 12, s. [59].

⁶⁰ [br. aut.], *Morska opowieść*, „Filipinka” 2003, nr 2, s. 66.

⁶¹ [br. aut.], *Extra vergine*, „Filipinka” 2003, nr 8, s. 71.

⁶² [br. aut.], *Urzeka ciepłem i dowcipem*, „Filipinka” 2004, nr 10, s. 70.

⁶³ [br. aut.], *Sensacja i miłość*, „Filipinka” 2005, nr 2, s. 109.

⁶⁴ [br. aut.], *Europejka w Tybecie*, „Filipinka” 2005, nr 4, s. [15].

⁶⁵ [br. aut.], *Mądra i zabawna*, „Filipinka” 2005, nr 7, s. 14.

⁶⁶ [br. aut.], *Codziennosc z dawką humoru*, „Filipinka” 2005, nr 11, s. 83.

kach w 2005 r. niektóre omówienia otrzymywały podwójny tytuł, z których pierwszy zawierał w sobie ocenę proponowanej książki. Na przykład *Niewolnicę* Mende Nazer określono jako „egzotyczną i wzruszającą”, *Antychryst* A. Nothomb, jak obiecywano, „rozproszy smutki”. Z kolei *Pierwsza miłość* M. Fox „uskrzydla i bawi”, zaś *Sekretne życie pszczoł* Sue Monk Kidd „napawa optymizmem”.

Pomimo, że zaledwie w 19 przypadkach recenzje były podpisane⁶⁷, to jednak równocześnie dbano o to, by każda z nich opatrzona była tytułem, a niektóre, jak wspomniano powyżej, posiadały ich dwa. Nie wszystkie spełniały cel, jakim było zwrócenie uwagi czytelnika; część z nich nie wyróżniała się niczym szczególnym, ale pojawiło się wśród nich kilka wyjątków, które warto przytoczyć⁶⁸: *Czuję, więc jestem*; *Dla tych, których nie ma*; *Eksperyment ze strachem*; *Garou i poziomki*; *Historia dobrze skrojona*; *Jej życie to taniec*; *Marzenia kontra rzeczywistość*; *Odkrywanie źródeł*; *Okruchy życia*; *Rozmowy z wiatrem*; *Trudne słowa*; *Wołanie o pomoc*; *Żyć pełnią życia*.

Poza tytułem, stałym elementem recenzji, omówień i streszczeń były kopie okładek proponowanych książek, a także podstawowe dane bibliograficzne, do których zazwyczaj należały: autor i tytuł recenzowanej książki, czasem miejsce i rok jej wydania, nazwa wydawcy. W 18 przypadkach w 2002 r. podano cenę proponowanego tytułu. Najczęściej pomijanym elementem było miejsce wydania (78 przypadków), następnie rok wydania (55 razy). Nie uwzględniano nazwiska tłumacza w przypadku przekładu, a także nie podawano liczby stron polecanej książki. Niekiedy przy recenzji pojawiał się konkurs sms-owy, nawiązujący bezpośrednio bądź do opisywanej książki, bądź do twórczości jej autora⁶⁹.

Tylko raz, w 2002 r., rubryka recenzyjna przybrała formę, dostosowaną do zbliżających się Świąt. W tym przypadku były to *Lektury od św. Mikołaja*. Radzono czytelniczkom książki, dobrane do potencjalnych upodobań przyszłych obdarowywanych. Były zatem propozycje dla „miłośników dalekich podróży”, „czekających na wielką miłość”, „spragnionych miodu na serce”, „amatorów zagadek”, „lubiących gotować”, i dla „chcących być na czasie”⁷⁰. Zaproponowano sześć krótko omówionych książek, opatrzonych kopią ich okładek, podstawowymi danymi bibliograficznymi oraz ceną. Pod

⁶⁷ W 2001 i 2002 r., 18 razy recenzentką była M. Kucia, raz omówienie podpisane było inicjałami „ik”, zaś pozostałe prezentacje były anonimowe.

⁶⁸ Kolejno: „Filipinka” 2003, nr 2, s. 66; nr 2, s. 66; 2004, nr 4, s. 76; nr 4, s. 76; 2003, nr 3, s. 66; 2004, nr 5, s. 74; 2003, nr 5, s. 68; 2005, nr 12, s. [75]; nr 7, s. 14; 2002, nr 6, s. [56]; 2004, nr 3, s. 77; nr 11, s. [73]; 2003, nr 6, s. [67].

⁶⁹ Zob. np. „Filipinka” 2003, nr 8, s. 71. W tym przypadku jedną z recenzowanych książek była *Królowa Południa* A. Pérez-Reverte, zaś w sms-owym konkursie proszono o podanie tytułu innej powieści tego autora.

⁷⁰ „Filipinka” 2002, nr 12, s. [46].

każdą z tych krótkich informacji polecano jeszcze dwa lub trzy pokrewne im tytuły. Taka inicjatywa pojawiła się jednorazowo

Prezentowane książki pochodziły z oferty 37 edytorów⁷¹ (zob. Aneks 46. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005). W tabeli 62 zaprezentowano tych wydawców, po książki których sięgano najczęściej.

Tabela 62. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Wydawnictwo W.A.B.	25
Muza S.A.	15
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	13
Dom Wydawniczy REBIS	12
Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	9
Świat Książki	8
Wydawnictwo Literackie	7
Wydawnictwo Jacek Santorski S-ka	7

Źródło: badania własne.

W grupie edytorów znalazły się znane oficyny, które dbały o promocję swej oferty także w pozostałych omówionych wcześniej periodykach. Recenzenci „Filipinki” sięgali przede wszystkim po książki znanych wydawców, co znajduje swoje potwierdzenie w ich pełnym zestawieniu. Poza wymienionymi omawiano ofertę takich wydawców, jak na przykład Akapit Press, Noir sur Blanc, PIW czy Zysk i S-ka.

Należy jeszcze wspomnieć o minirecenzjach, drukowanych poza działem kulturalnym. Takich przypadków było zaledwie pięć, wszystkie pojawiły w *Niezbędniku*, zamieszczanym w 2001 r., w dziale *Między nami*. Przedstawiano tu 10 rzeczy, „które warto znać mieć i przeżyć” [pis. oryg.] w danym miesiącu: czerwcu, lipcu, wrześniu, październiku i listopadzie. Obok nowego błyszczyku do ust, soku owocowego czy przenośnego odtwarzacza CD pojawiały się krótkie omówienia, informujące o nowej książce. Kolejno były to: *Dziennik Bridget Jones* H. Fielding, *Blondynka* Joyce C. Oates, *Kalamburka* M. Musierowicz, *Rozstania* M. Dygat oraz *Coś się kończy, coś zaczyna* Andrzeja Sapkowskiego. W kilku zdaniach prezentowano główny wątek proponowanej książki, zachęcając do jej przeczytania. Na końcu podawano jej cenę, ale pomijano pozostałe dane bibliograficzne, drukując za to kopię jej okładki.

⁷¹ W 23 przypadkach zabrakło tej informacji. Na potrzeby pracy uzupełniono brakujące dane, korzystając z „Przewodnika Bibliograficznego”, www.bn.org.pl, luty 2010.

Należy podkreślić, że część z zamieszczanych na łamach pisma recenzji przynajmniej w pewnym stopniu spełniała podstawowe dla tego gatunku dziennikarskiego warunki: zawierała elementy informacyjne, znalazło się w niej miejsce na krótkie przedstawienie treści proponowanej książki, a niekiedy nawet odnaleźć tu można było pewien element analizy krytycznej w postaci oceny danego tytułu i jej uzasadnienia. Jednakże w miarę upływu czasu wraz ze zmniejszaniem objętości recenzji, tych elementów coraz częściej brakowało, aż zredukowano tę formę informacji o książce do krótkiej adnotacji treściowej. Jednocześnie trzeba zaznaczyć, że forma recenzji, omówieni i streszczeń, pomimo że na przestrzeni pięciu lat często ulegała przeobrażeniom, nie wpływała na zmianę podejścia redakcji do tego rodzaju informacji o książce. Traktowano je jako jeden z wielu (można odnieść wrażenie, że najmniej istotny) elementów działu. Znacznie więcej uwagi poświęcano informacjom muzycznym i filmowym, zaś recenzje książek zdawały się być z jednej strony okrojona pozostałością po „dawnych czasach” periodyku, a z drugiej dowodziły pretensji wydawcy do udowodnienia, że nowa „Filipinka” jest, mimo wszystko, nadal tytułem ambitnym, bo w miarę systematycznie na jej łamach pojawiają się omówienia książek, o których jednak pisano „Krótko, coraz krócej”⁷².

4.2.3.2. Jagodowa tajemnica⁷³: wywiady

Jakkolwiek wywiady były chętnie używaną przez dziennikarzy „Filipinki” formą prezentacji wybranych twórców, to jednak najczęściej na rozmówców wybierano aktorów, piosenkarzy i innych celebrytów, znacznie zaś rzadziej pisarzy. W latach 2001–2005 pojawiło się zaledwie 19 wywiadów z osobami bezpośrednio lub pośrednio związanymi z literaturą (tabela 63).

Tabela 63. Wywiady z osobami związanymi ze światem literatury, zamieszczane na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	1
2002	–
2003	14
2004	4
2005	–
Ogółem	19

Źródło: badania własne.

⁷² Tytuł jednej z recenzji, w której omówiono pięć książek, zob. „Filipinka” 2002, nr 11, s. [55].

⁷³ Tytuł wywiadu, zob. „Filipinka” 2003, nr 4, s. [67].

Liczyby odzwierciedlają niewielkie zainteresowanie miesięcznika tą formą popularyzacji osób związanych z literaturą. Zabrakło jej w 2002 i 2005 r., najwięcej (14) rozmów pojawiło się z przedstawicielami świata książki w 2003 r., w okresie, kiedy najczęściej eksperymentowano ze stronami recenzyjnymi. W 11 przypadkach wywiady znalazły się w ramach działu kulturalnego, w trzech w dziale *Psychologia*, dwukrotnie w ramach *Tematu numeru*, raz w obrębie działów: *Na czasie*, *Prześwietlenie* i raz jako *Spotkanie w F*.

Wywiady, podobnie jak i recenzje, w przeważającej liczbie przypadków nie były podpisywane; zaledwie pod dwoma z nich pojawiły się nazwiska osób, które je przeprowadziły (raz były to czytelniczki pisma, raz Anna Niewiadomska). Dziesięciokrotnie bohaterami wywiadów byli pisarze. Wśród nich znaleźli się: Jonathan Carroll, Irina Dieniżkina, Katarzyna Grochola, Joanne Harris, Heidi Hassenmüller, Mirosław Nahacz, Gina B. Nahai, Zadie Smith, Izabela Sowa oraz Andrzej Stasiuk.

W 2003 r. pojawił się cykl rozmów z autorkami polskiej edycji książki *Nasze ciała, nasze życie: książka napisana przez kobiety dla kobiet* (Stowarzyszenie Wschodnio-Zachodnia Sieć Współpracy Kobiet, NEWW-Polska we współpracy z Fundacją Rodzić po Ludzku)⁷⁴. Książka ta, nazwana przez redakcję „Biblią nastolatek”, była intensywnie promowana na łamach periodyku. Na jej temat rozmawiano z jedną z redaktorek, Beatą Kołodziejczyk, oraz (kilkakrotnie) z autorką jednego z rozdziałów, Aleksandrą Solik. Jednocześnie proponowano czytelniczkom, by pisały do redakcji o swoich intymnych problemach, wątpliwościach, zdrowiu i lekarzach, z porad których korzystają. W ten sposób mogły stać się współautorkami książki.

Problem związany ze zdrowiem pojawił się także w innej, tym razem bardzo krótkiej, rozmowie, przeprowadzonej z autorką książki *W sidłach anoreksji*⁷⁵. Zwięzłe odpowiedzi na zadawane pytania nie wносиły zbyt wielu nowych informacji dotyczących poruszanego problemu, stanowiły raczej rodzaj uzupełnienia związanego z zamieszczonym powyżej artykułem dotyczącym opisanej choroby.

Obszerniejsze i ciekawsze były wywiady z wymienionymi wcześniej pisarzami. Interesującym pomysłem stało się zaproszenie czytelniczek do przeprowadzenia rozmowy z J. Carrollem. Był to efekt akcji *I Ty możesz porozmawiać z gwiazdą!* Na adres redakcji należało przesłać pięć pytań do proponowanej przez periodyk znanej osoby: pisarza, piosenkarza lub aktora, a następnie czekać na odpowiedź i ewentualne spotkanie. W przywołanym przypadku Daria Gosek i Karolina Makuch zadawały pytania

⁷⁴ Zob. np. „Filipinka” 2003, nr 5, s. 58; nr 9, s. 65.

⁷⁵ Zob. „Filipinka” 2004, nr 2, s. [42]. Fragment tej książki drukowano na łamach pisma niemal rok wcześniej, w numerze lipcowym.

swemu ulubionemu twórcy. Dzięki temu czytelniczki pisma dowiedziały się m.in., że autor *Białych jabłek* został pisarzem przypadkowo, a kiedy zaczyna pisać nową powieść, sam nie wie jeszcze, jak się ona zakończy. Poznały też jego motto życiowe: „nie przestawaj dążyć, nie przestawaj marzyć”⁷⁶.

Z kolei dzięki kolejnej rozmowie, tym razem z Giną B. Nahai, czytelniczki poznały cele, które przyświecają jej twórczości: irańska pisarka w swych książkach stara się przekonać, że należy postępować tak, jak podpowiada serce, mieć zaufanie do innych i wierzyć w dobre zakończenie podejmowanych działań⁷⁷. Z kolei o swych książkach opowiedziało trzech kolejnych rozmówców: I. Dieniżkina, M. Nahacz oraz I. Sowa. Wywiad z autorem *Osiem cztery* był najobszerniejszy (wraz z dodatkowymi, uzupełniającymi go elementami znajdował się na dwóch stronach pisma) i, jak się zdaje, najlepiej wpisywał się w niegdysiejsze ambicje periodyku, odpowiadając także najpełniej definicji tego gatunku dziennikarskiego. Poniżej wywiadu znalazł się fragment książki oraz opinia na temat talentu młodego pisarza, wygłoszona przez A. Stasiuka, wydawcę tej powieści. Przyznał on, że „To dużej klasy literatura. Nosi znamiona rozwoju, wrażliwości i empatii do świata”⁷⁸. Starannie wybrany fragment prawdopodobnie spodobał się większości czytelniczek pisma, oddawał bowiem charakter pokolenia, z którym utożsamiała się część adresatek:

Wiedzieliśmy, że i tak kiedyś to się kończy żoną, rodziną, domem i uporządkowanymi duperelowatymi błędnymi kołami. Chyba że ktoś z nas wpadnie w syf, ale raczej nie. Wiedzieliśmy, że inaczej udaje się tylko nielicznym, że o tych nielicznych potem się opowiada, że to są legendy. Wiedzieliśmy też, że mimo wszystko jesteśmy tak samo głupi jak wszyscy, jak całe nasze rozpieszczone pokolenie, że samym gadaniem się nie wygra. Ale nie można przecież wygrywać, bo nie ma się o co bić. Zresztą to i lepiej, bo teraz nikomu by się nie chciało⁷⁹.

Zacytowany fragment książki obiecywał interesującą lekturę, z której zdawała się przebijać tęsknota współczesnej młodzieży za wartościami, którym można się było poświęcić, za które można było walczyć. Tak dopracowany wywiad pojawił się na łamach miesięcznika w trakcie badanego okresu tylko raz, przynajmniej w odniesieniu do rozmowy z osobą związaną z literaturą⁸⁰. Pozostałe były nie tylko znacznie krótsze (średnio kolumna tekstu), ale także skromne pod względem zawartości (krótkie pytania dotyczące twórczości i równie zwięzłe odpowiedzi). W niemal każdym

⁷⁶ *Bulterier z różdżką*, rozm. D. Gosek, K. Makuch, „Filipinka” 2003, nr 1, s. 63.

⁷⁷ [br. aut.], *To się teraz czyta*, „Filipinka” 2003, nr 8, s. 71.

⁷⁸ „Filipinka” 2003, nr 7, s. [67].

⁷⁹ *Ibidem*.

⁸⁰ Warto zauważyć, że M. Nahacz, który jako jedyny został obszerniej zaprezentowany, został później stałym felietonistą pisma.

wywiadzie pojawiało się zdjęcie rozmówcy, ale brakowało choćby szerszej prezentacji jego twórczości i wprowadzenia w tematykę wywiadu.

Rozmowy z pisarzami, podobnie jak recenzje, traktowane były przez redakcję jako jeden z mniej ważnych elementów pisma, przy czym o ile omówienia drukowano na jego łamach w miarę systematycznie, o tyle druga z prezentowanych w rozdziale form informacji o książce pojawiała się rzadko i poza przedstawionym powyżej wyjątkiem nie prezentowała się zbyt okazale.

4.2.3.3. *Super książka*⁸¹: reklamy książek

Przeważającą liczbę reklam, zamieszczanych na łamach „Filipinki”, stanowiły ogłoszenia proponujące zakup kosmetyków, środków chemicznych lub bielizny. Część reklam stanowiły anonse, których przedmiot związany był z problematyką, zawartą w tytule niniejszej książki. Wzorem poprzednich rozdziałów można wyodrębnić trzy kategorie, które mieściły się w jej obrębie, stosując kryterium przedmiotu danego ogłoszenia:

- 1) książki (159),
- 2) akcje tygodnika związane z książką (2)⁸²,
- 3) prasa w tym autoreklama (115)⁸³,

W grupie ogłoszeń wydawniczych znalazło się 159 reklam, 2 miały charakter promocji akcji periodyku, związanych z książką, a 115 dotyczyło reklam czasopism. W tabeli 64 przedstawiono liczbę inseratów wydawniczych w poszczególnych latach.

Tabela 64. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005

Rok	Liczba inseratów książkowych
2001	44
2002	71
2003	3
2004	25
2005	16
Ogółem	159

Źródło: badania własne.

⁸¹ Hasło reklamowe w jednym z inseratów, zob. „Filipinka” 2004, nr 12, s. [30].

⁸² Ta kategoria przyjmowała postać zarówno reklam, jak i tekstu komentującego, stąd zostanie omówiona w dalszej części rozdziału (4.2.3.4.3).

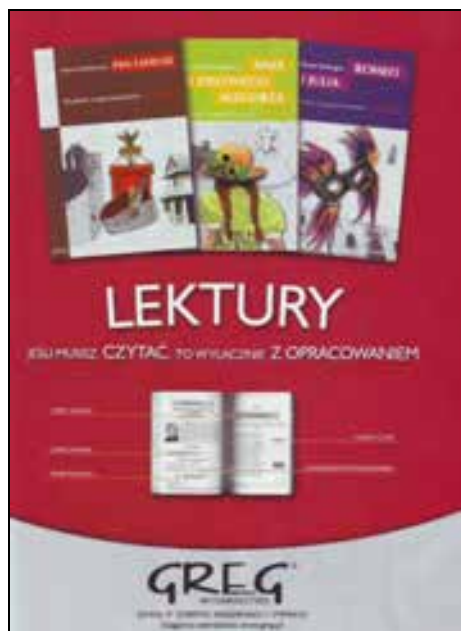
⁸³ Zagadnienie związane z informacją o prasie na łamach omawianego pisma zostanie dokładniej przedstawione w ostatniej części rozdziału.

Najwięcej ogłoszeń wydawniczych ukazało się w 2002 r., najmniej rok później, przy czym różnica w tym przypadku jest ponad 23-krotna. W anonsach pojawiło się w sumie 44 autorów, w tym 21 pisarzy polskich i 23 obcych (zob. Aneks 47. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005)⁸⁴. Najczęściej powtarzanymi nazwiskami autorów reklamowanych książek byli⁸⁵: M. Musierowicz (19-krotnie), Krystyna Siesicka (12-krotnie) oraz Lucyna Legut (10-krotnie). Wynikało to z faktu, że w jednym anonsie niejednokrotnie proponowano kilka tytułów tego samego autora. W ten sposób wydawcy starali się maksymalnie wykorzystać zakupioną przez siebie powierzchnię reklamową w czasopiśmie. Zaledwie dwukrotnie pojawiło się ogłoszenie, w którym proponowano jeden tytuł: była to książki Justyny Tomańskiej, raz *Polka w Londynie* i raz *Polka w Madrycie*. Reklamowane książki były propozycjami 9 edytorów⁸⁶. W 2001 r. głównym ogłoszeniodawcą było Wydawnictwo Akapit Press, specjalizujące się w publikowaniu literatury młodzieżowej, w roku następnym pojawili się dwaj kolejni edytorzy: Wydawnictwo Amber oraz Wydawnictwo GREG, które proponowało czytelnikom „Filipinki” lektury szkolne. Było ono też jedynym wydawcą, które zamieściło swój anons na łamach tego pisma w 2003 r. W następnym roku łamy periodyku gościły, obok Wydawnictwa GREG, także oficynę Egmont i Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne oraz dwukrotnie Wydawnictwo W.A.B. Raz zaproponowano książkę wydaną przez koncern Bauera. Ostatni badany rok to anonse czterech edytorów: DDB, W.A.B., Egmont oraz Prószyński i S-ka. W ciągu 5 lat najczęściej propozycji przedstawiło krakowskie Wydawnictwo GREG (53 tytuły) oraz łódzkie Akapit Press (34 tytuły). (Pełne zestawienie zob. Aneks 48. Wydawcy reklamujący książki na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005). Książki tych edytorów w pełni odpowiadały profilowi czytelniczemu pisma. Obydwa wydawnictwa kilkakrotnie powtarzały swoją ofertę, przy czym za każdym razem forma anonsu była podobna (zdjęcia 162–163).

⁸⁴ Ze względu na niewielką liczbę autorów oraz równie niewielką liczbę powtarzających się nazwisk i tytułów książek zdecydowano się zrezygnować w tym rozdziale z tabeli prezentującej nazwiska tych twórców, których nazwisko pojawiło się w ogłoszeniach najczęściej razy.

⁸⁵ Do statystyki zaliczano tylko nazwiska pierwszych podanych autorów.

⁸⁶ W 16 przypadkach nazwa wydawcy była trudna do odczytania, na przykład ze względu na zasłaniającą ją kopię okładki proponowanej książki.



Zdjęcie 162. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2001, nr 11, s. [71]



Zdjęcie 163. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2001, nr 6, s. [63]

Ogłoszenia Wydawnictwa GREG za każdym razem były całostronicowe, zawierały od 3 do 33 propozycji: poza lekturami z ich omówieniem czytelniczki mogły poznać także inne opracowania szkolne (z matematyki, języka angielskiego) oraz streszczenia lektur. Za każdym razem inseraty zwracały uwagę nasyconymi barwami, czytelną grafiką i wyraźnie wyeksponowaną nazwą wydawcy. Niekiedy (tak jak w przywołanym powyżej przykładzie) za pomocą haseł wskazywano na zawartość danej pozycji: w przypadku lektury, poza jej treścią, znajdowały się tu takie elementy, jak omówienie jej problematyki, charakterystyka bohaterów oraz wybrany cytat, który przyszedł maturzysta mógł wykorzystać w swojej pracy. Z kolei wszystkie ogłoszenia Wydawnictwa Akapit Press zajmowały mniejszą powierzchnię, obejmując w każdym przypadku niecałą stronę periodyku. Jednorazowo proponowano od 11 do 15 tytułów. Uwagę przyciągały kopie okładek reklamowanych książek, pod którymi zamieszczano kupon zamówienia, zawierający nazwisko autora i tytuł danej pozycji oraz jej cenę. W przypadku lidera w ofercie tego edytora, czyli większości książek M. Musierowicz, pojawiała się informacja, że dany tytuł należy do znanego cyklu *Jeźycjada*. Od strony formalnej inseraty te były starannie przygotowywane i, pomimo że mniejsze objętościowo od anonsów Wydawnictwa GREG, były czytelne, aczkolwiek brakowało w nich krótkich choćby informacji o polecanych tytułach. Być może jednak wydawca zakładał, że autorzy polecanych książek są wystarczająco znani czytelniczkom pisma. Propozycje innych oficyn wyglądały podobnie. Były równie kolorowe, zajmowały kolumnę, a reklamodawcy przedstawiali od 1 do 33 tytułów w ogłoszeniu (zdjęcie 164–167).



Zdjęcie 164. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2002, nr 7 [trzecia strona okładki]



Zdjęcie 165. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 6, s. [8]

W każdym z przywołanych przykładów ogłoszenia są wielobarwne, dominują w nich jaskrawe kolory (poza ostatnim przykładem). Zazwyczaj wydawcy starali się reklamować w jednym anonsie kilka, a nawet kilkanaście tytułów. Wspólnym dla wszystkich inseratów elementem były kopie okładek proponowanych książek, niekiedy z dokładnym określeniem adresata (zdjęcie 164) bądź streszczeniem danej lektury (trzy z przywołanych przykładów). Rzadko pojawiały się dodatkowe hasła reklamowe, często obecne w anonsach, zamieszczanych w prezentowanych pismach opinii. Pomimo tego ta forma informacji, goszcząca na łamach „Filipinki” była starannie, ciekawie przygotowana, w wielu przypadkach umieszczana w obrębie działu kulturalnego, chociaż ogłoszenia tego typu pojawiały się również poza nim, na przykład w dziale *Między nami* lub na wewnętrznej stronie tylnej okładki.


Światy dorosłych i dojrzewających są na pozór bardzo odległe. Zbliżają się bardzo, kiedy obydwie strony próbują się zrozumieć! RECENZJA WISŁOPODY I WIELBIAN

GRAŻYNA BĄKIEWICZ

Będę u Klary



Bohaterem książki jest Olek Tarwid, znany czytelnikom z powieści „O MELBA” i „STAN PODGORACZKÓW”. Ucieczka od brutalnego ojca i rodzaje się w bogatym chińskim wątpliwości. To główny wątek powieści. W ojca było mu 20, ale bez ojca i jego przemyśleć może być jeszcze gorzej.




Kapota 1997 – książka Roku 2002 – W sierpniu w Książce! – za najlepszą książkę dla młodzieży!

Trylogia opowiadająca o grupie młodych dorosłych, stojących na granicy poważnych wyborów życiowych.

Prószyński i S-ka

Zdjęcie 166. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 12, s. [71]

FM PRESENTS

W
E
S
www.wes.com.pl

**1 tomik
OPOWIEŚCI
RODU OTORI**




ŚWIATOWY BESTSELLER!

PATRICK WILSON

**PRZE
KROI**

FILIPINKA

BUSJO

ANTYKALIF

WILKIN

Zdjęcie 167. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2005, nr 7, s. [61]

4.2.3.4. *Czego uczysz się od Harry'ego Pottera?: inne formy informacji o książce*

W latach 2001–2005 poza recenzjami, wywiadami oraz ogłoszeniami wydawniczymi na łamach „Filipinki” pojawiały się (choć w wyrażnie mniejszej liczbie niż przed 1989 r.) również inne formy informacji, związane bezpośrednio lub pośrednio z książką. W badanym okresie było ich w sumie 312 (zob. Aneks 49. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005). Przyjmowały one różną postać, niekiedy kilkunastu-wzmiankowych, czasem miały nieco większą objętość. Wszystkie te informacje, podobnie jak w przypadku poprzednich rozdziałów, można podzielić na następujące kategorie:

- sylwetki/portrety (10);
- artykuły, nawiązujące do rynku wydawniczo-księgarskiego (15);
- adaptacje, ekranizacje oraz inscenizacje znanych dzieł (49);
- konkursy i akcje związane z książką, organizowane, współinicjowane przez tygodnik lub takie, o których periodyk tylko informował (60);
- listy czytelników (3);
- inne (177)⁸⁷.

Najliczniej, podobnie jak było to w przypadku omówionych wcześniej pism z innych grup, reprezentowana była kategoria Inne. Na drugim miejscu znalazły się konkursy i akcje nawiązujące do książki lub takie, w których stanowiła ona nagrodę. Należy jednak zaznaczyć, że tylko nieliczne z nich miały charakter poważniejszych przedsięwzięć o charakterze cyklicznym, przeważającą zaś liczbą były to inicjatywy jednorazowe.

Pozostałe grupy informacji były już wyraźnie skromniejsze pod względem ilościowym, w większości nie stanowiły stałego elementu pisma, pojawiając się w nim rzadko, w zasadzie tylko przy okazji znaczącego wydarzenia kulturalnego lub omawianego na łamach periodyku faktu. Dla zilustrowania postaci i charakteru tych informacji wybrano kilka reprezentatywnych dla każdej z kategorii przykładów.

4.2.3.4.1. *Pani z Bullerbyn*⁸⁸: sylwetki/portrety

„Należała do tych autorów książek dla dzieci, którzy nigdy nie próbowali mrugać porozumiewawczo do dorosłych ponad głowami swoich czytelników”⁸⁹. Tak zaczynała się publikacja poświęcona Astrid Lindgren, jedna

⁸⁷ Zob. przypis a pod tabelą 60.

⁸⁸ Tytuł jednej z publikacji, w tym przypadku prezentującej sylwetkę A. Lindgren, zob. „Filipinka” 2002, nr 4, s. [47].

⁸⁹ H. Bertz, *Pani z Bullerbyn*, „Filipinka” 2002, nr 4, s. [47].

z 10 opisanych sylwetek związanych bezpośrednio lub pośrednio z literaturą, jakie pojawiły się w badanym okresie na łamach „Filipinki”. Całostronnicowy tekst opowiadający o twórczyni Pippi Langstrumpf, pisany z dużą sympatią, pojawił się w piśmie trzy miesiące po śmierci autorki. Przedstawiono w nim krótko losy pisarki i przypomniano bohaterów jej książek.

Inna publikacja o charakterze wspomnieniowym poświęcona była autorowi trylogii *Władca Pierścieni*. W dużym stopniu bodźcem do napisania tekstu była popularność ekranizacji kolejnych części powieści. Stąd obok faktów z życia twórcy Śródziemia pojawiły się *Fakty i akty* dotyczące przeniesienia powieści na srebrny ekran. W obydwu przypadkach skoncentrowano się w znacznej mierze na informacjach o charakterze ciekawostek. Czytelniczki dowiedziały się na przykład o tym, że John R. R. Tolkien opanował 13 języków obcych, w tym język polski, a początki popularnej trylogii miały postać bajki napisanej w 1936 r. przez niego dla własnych dzieci. Przekonały się, że ekranizacja *Władcy Pierścieni* stała się największym przedsięwzięciem w historii światowej kinematografii, a reżyserem filmu został Peter Jackson, mieszkający w Nowej Zelandii, specjalizujący się w horrorach⁹⁰.

Wydarzenie, jakim była ekranizacja powieści, stało się pretekstem do przybliżenia czytelnikom miesięcznika sylwetek aktorów, grających w filmie. Dwaj z nich: Elijah Wood i Orlando Bloom, pojawili się na łamach periodyku odpowiednio w 2002 i 2003 r. O ile charakterystyka odtwórcy Frodo Bagginsa była dość szczegółowa (autor przeprowadził czytelnika przez początki kariery aktora, poprzez kolejne grane przez niego role, opisał też jego ulubione zajęcia⁹¹), o tyle postać aktora grającego Legolasa przedstawiona została już bardziej powierzchownie. Znacznie krótsza forma, niewielkich rozmiarów akapity przedzielone tytułami i zawierające głównie ciekawostki (jak na przykład ta, że O. Bloom „złamał już sobie w życiu prawie wszystko: od zęba i palca, przez nadgarstek, po obie nogi. Na planie >Władcy< Orlando spadł z konia i połamał sobie żebra”⁹²), odpowiadała zmienionej, charakterystycznej formule pisma.

Z kolei inne wydarzenie, jakim było wydanie *Dzienników* Kurta Cobaina, dało bodziec do przypomnienia jego sylwetki. Opisując początki legendarnego zespołu Nirvana, problemy „lidera ostatniej jak dotąd wielkiej muzycznej rewolucji”⁹³ z narkotykami, podkreślano, że z jego pamiętników

⁹⁰ [br. aut.], *Profesor od hobbitów*, „Filipinka” 2002, nr 3, s. [53].

⁹¹ M. Chmielewski, *Władca talentu*, „Filipinka” 2002, nr 3, s. 56–[57].

⁹² K. M. Śmiałkowski, *Złoty elf*, „Filipinka” 2003, nr 2, s. [67].

⁹³ B. Kopiczyński, „*Nie czytaj tego jak mnie nie ma*”, „Filipinka” 2003, nr 10, s. 69.

„Wyłania się [...] portret skłóconego ze światem nadwrażliwca”⁹⁴. Cytowano fragmenty pamiętników, w których muzyk przyznawał, że każdy, kto sięgnie po tego typu używki, stanie się ich niewolnikiem⁹⁵. Tym samym redakcja zdawała się przestrzegać czytelniczki przed nałogiem, wskazując jednocześnie do naśladowania inne wzory, jak choćby autorki młodego pokolenia. Im, pomimo wieku, udało się osiągnąć sukces literacki. Pierwszą z nich była Izabela Zych, która „Ucząc się do matury, napisała >Podziemny świat<. Zła, że nikt nie chce wydać jej książki, założyła własne wydawnictwo”⁹⁶. Krótka charakterystyka nastolatki, która „Uwierzyła w siebie”⁹⁷ pojawiła się rubryce *Odkryj w sobie talent*. Bohaterką następnej publikacji była Irina Dzieńżkina: „Beznadziejna romantyczka”⁹⁸ pojawiła się obok m.in. angielskiej aktorki Keiry Knightley i tancerza, Kamila Czarneckiego, w tekście poświęconym karierom nastolatek, zamieszczonym w rubryce *Im się udało*.

W sześciu przypadkach teksty opisujące wybrane osoby drukowano w ramach działu kulturalnego, w pozostałych czterech zamieszczono je w działach i rubrykach nie mających nic wspólnego z tą dziedziną życia (na przykład we wspomnianych rubrykach *Im się udało* czy *Odkryj w sobie talent*). Za każdym razem obejmowały one stronę lub dwie w piśmie, urozmaicano je zdjęciami bohaterów i krótkim wprowadzeniem. Pomimo pewnej staranności widocznej w przygotowaniu omawianych publikacji, nie można stwierdzić, by stanowiły one istotny, stały element pisma. Ich niewielka liczba w ciągu badanego okresu wskazuje raczej na przypadek, pojawienie się niezależnych okoliczności (śmierć pisarza, wydanie książki, podsumowanie wydarzeń roku, filmowa premiera), które stały się pretekstem do przypomnienia danej postaci.

Podobnie było w przypadku ogólnych publikacji poświęconych literaturze. W trakcie analizowanych 5 lat pojawiło się ich na łamach „Filipinki” 15, z czego 8 nawiązywało do popularnych w tamtym okresie książek.

⁹⁴ *Ibidem*, s. 68. Tekst wzbudził odzew wśród czytelników: na łamach periodyku wydrukowano list oburzonej czytelniczki, której nie podobała się decyzja żony muzyka dotycząca wydania, wbrew jego woli, opisywanych *Dzienników*.

⁹⁵ Aby otrzymać omawianą książkę, należało odpowiedzieć na pytanie dotyczące tytułu drugiego albumu zespołu Nirvana.

⁹⁶ J. Masella, *Na przekór czarnowidzom*, „Filipinka” 2003, nr 8, s. 38.

⁹⁷ *Ibidem*.

⁹⁸ [br. aut.], *Debiuty 2003 – pięć minut do sławy*, „Filipinka” 2003, nr 12, s. 22.

4.2.3.4.2. *Teraz manga*⁹⁹: teksty poświęcone książce

Zjawisko Potteromanii, które osiągnęło apogeum w 2001 i 2002 r., było przedmiotem rozważań Izy Mazurkiewicz. Zastanawiając się, co jest powodem tak dużej popularności sagi o Harrym Potterze, stwierdziła ona, że pomimo powszechnie znanego schematu, spotykanego w niejedynej książce, jego przygody

są po trosze baśnią, po trosze powieścią psychologiczną, są książką o dojrzewaniu i fabułą sensacyjną. Nie brak tu elementów thrillera i horroru jednocześnie [...], powieści przygodowej i detektywistycznej [...]. A wszystko to napisane lekkim, potocznym językiem, pełnym humoru i znanym tylko potterologom określeń¹⁰⁰.

Przesadny nieco w swej wymowie tekst był jednak także dość ogólny i niewolny od błędów (jeden z bohaterów powieści, *Draco* Malfoy, za sprawą magii?, pojawił się tu jako *Darco*). Wydaje się, że autorka zakładała, iż czytelniczki należą do fanek cyklu Joanne K. Rowling, stąd ograniczyła się do ogólnej charakterystyki zjawiska, podkreślając głównie jego ciekawsze aspekty, towarzyszące na przykład pojawieniu się kolejnych tomów powieści (jak choćby podpisanie przez osoby związane z publikacją książki zobowiązania o zachowaniu w tajemnicy zarówno tytułu, jak i fabuły kolejnej części, czy przechowywanie rękopisu powieści w bankowym sejfie). Jednocześnie pojawił się tu element, z którym czytelniczki „Filipinki” będą się spotykać w swoim dorosłym życiu bardzo często. „Kto do tej pory nie słyszał o Harrym Potterze, przekonuje się, że ominęło go coś, czym interesują się wszyscy!”¹⁰¹ – za tym stwierdzeniem kryła się sugestia, by ci nieszczęśliwcy, którzy nie poznali dotąd powszechnie znanego bestsellera, czym prędzej dołączyli do „wszystkich”, bo inaczej znajdą się poza kręgiem wtajemniczonych i będą się wśród nich negatywnie wyróżniać. Dla tych, którzy traktowaliby cykl opowieści o rezolutnym czarodzieju wyłącznie w kategoriach bajki, przeznaczony był natomiast kolejny tekst: *Czego uczysz się od Harry`ego Pottera?* Anna Dąbrowska przekonywała m.in., że „We wszystkim jest jakiś sens”, „Każda z nas jest czarodziejką”, „Śmiech pokona strach”, a niedowiarkowie (dzięki lekturze) powinni uwierzyć, że „Magia jest wszędzie”¹⁰². Ta publikacja nosiła w sobie echa „dawnej >Filipinki<”, tytułu ambitnego, który nierzadko podkreślał aspekty wychowawcze w przywoływanych i omawianych przez siebie książkach. Pozostałe teksty, mieszczące się w omawianej grupie, nie posiadały jednak już tych cech. Nadal

⁹⁹ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Filipinka” 2003, nr 8, s. [22].

¹⁰⁰ I. Mazurkiewicz, *Potteromania*, „Filipinka” 2001, nr 3, s. 45.

¹⁰¹ *Ibidem*.

¹⁰² A. Dąbrowska, *Czego uczysz się od Harry`ego Pottera?*, „Filipinka” 2001, nr 9, s. [55].

odnosząc się do popularnych powieści czy gatunków literackich, zawierały w sobie najczęściej głównie element rozrywkowy lub informacyjny.

Na fali popularności bestsellerów H. Fielding zastanawiano się na przykład nad tym, *Za co kochamy Bridget Jones*. Podobnie jak w prasie opinii i czasopismach kobiecych, tak i tu odpowiedź sformułowana była podobnie: „Za to, że w jej problemach bardzo łatwo znaleźć swoje”¹⁰³. Obok tych rozważań pojawiły się komentarze trzech czytelniczek, które starały się ustosunkować do pytania zawartego w tekście. Jednocześnie dla tych, które nie potrafiły zdecydować się, w jakim stopniu opisywana bohaterka odpowiada ich własnemu wizerunkowi, zamieszczono poniżej rodzaj podpowiedzi, który miał im ułatwić zadanie. Zacytowano kilka „złoty myśli” panny Jones, a jej miłośniczkom zaproponowano rodzimą wersję popularnego pamiętnika w postaci książki K. Grocholi (*Nigdy w życiu!*).

Nie zapomniano również o popularnym cyklu *Jeźycjada* pióra M. Musierowicz. Pierwsza wzmianka wymagała od czytelniczek dobrej znajomości jednej z książek serii. W tekście dotyczącym przyjaźni pomiędzy dziewczętami, jednym z jej opisanych modeli była relacja pomiędzy bohaterkami *Opium w rosole*: Gabrysią i Kreską¹⁰⁴. Ciekawy tekst związany z powieściami M. Musierowicz pojawił się także w numerze kwietniowym w 2002 r.¹⁰⁵ Autorka wyruszyła śladem rodziny Borejzków, odwiedzając znaną miłośniczkom powieści poznańską ulicę Roosvelta 5 i teatr, w którym gwiazdą sceny była Anieli Kowalik. Tekst z pewnością mógł zainteresować wielbicielki sagi, ale jednocześnie bezlitośnie rozwiewał ich złudzenia związane z rzeczywistym istnieniem najśłynniejszej (w kręgach czytającej młodzieży) współczesnej rodziny Poznania.

Poza publikacjami, nawiązującymi do określonych powieści, pojawiły się również teksty odnoszące się do popularnego gatunku literackiego, jakim stał się na początku XXI w. komiks. Trzykrotnie poświęcono mu miejsce w periodyku. Podobnie, jak było to w przypadku prasy opinii, tak i tu znalazło się podobne stwierdzenie, że ten typ literatury „jest w Polsce niedoceniany. Traktuje się go jak książeczkę dla dzieci. Tymczasem w Ameryce osiąga milionowe nakłady i jest czytany przez dorosłych”¹⁰⁶. Opisując historię komiksu, przywołując postaci tych, którzy są przyszłością jego rodzimej wersji, zaznaczono, że może być on adresowany do różnych grup wiekowych: zainteresowane nim są bowiem zarówno dzieci, młodzież, jak i dorośli. I tu, podobnie jak w innych typach literatury, pojawiać się może komiks „z górnej półki”, jak i obrazkowy „fast-food” – czytelniczki „Filipinki”

¹⁰³ [br. aut.], *Za co kochamy Bridget Jones?*, „Filipinka” 2001, nr 8, s. [53].

¹⁰⁴ [br. aut.], *Na dobre i na złe*, „Filipinka” 2001, nr 8, s. 76.

¹⁰⁵ K. Popoff-Szczepańska, *Prawdziwy adres Borejzków*, „Filipinka” 2002, nr 4, s. [68].

¹⁰⁶ [br. aut.], *Herosi w akcji*, „Filipinka” 2001, nr 11, s. [56].

powinny nauczyć się je odróżniać i być może, pójść w ślady swych koleżanek, bohaterki kolejnej publikacji, które rysują komiksy¹⁰⁷. Jego japońska odmiana (szczególnie popularna wśród nastolatków w kraju kwitnącej wiśni) stała się przedmiotem kolejnego tekstu. Dotyczył on jednak głównie efektów mody na mangę: skrupulatnie opisano cechy, wyróżniające nastolatki – wielbicielki japońskich komiksów i zamieszczono zdjęcia kilku gadżetów z nimi związanych¹⁰⁸. Potraktowanie tematu w tak różny sposób w ciągu zaledwie kilku miesięcy, umieszczenie go w dziale poświęconym modzie było charakterystyczne dla pisma w tym okresie. Z jednej strony podkreślano znaczenia komiksu, traktując jego tworzenie jako rodzaj sztuki, z drugiej pisano o jednej z jego odmian z pewnym przymrużeniem oka, koncentrując się przede wszystkim na jego popularnych aspektach.

W tym kontekście interesujący, a może nawet dwuznaczny, wydaje się być komentarz uzupełniający tekst poświęcony pauperyzacji kultury, w tym także sztuki, która

straciła aureolę, nie jest już święta. Mechaniczna reprodukcja sprawia, że obraz w zmultiplikowanej formie jest obecny wszędzie. Kiedyś pojedyncze, wyjątkowe dzieła można było obejrzeć jedynie w muzeum. Teraz żyjemy w kulturze kopii, powielacza. Przybliżanie sztuki, które możliwe jest dzięki jej kopiowaniu, powoduje estetyzację życia. Różne przedmioty stają się bardziej dekoracyjne niż użytkowe. Dzieła dawnych mistrzów zostały wciągnięte w biznes, w przemysł artystyczny¹⁰⁹.

Także arcydzieła literackie, jak zauważyła autorka, „były upraszczane i przerabiane na komiksy, musicale i scenariusze kreskówek”¹¹⁰. Ciekawe było również kolejne stwierdzenie:

Wszelkie imprezy towarzyszące wystawom są także manipulacją dziełem sztuki. Prezentacja obrazów, rzeźb zostaje nagięta do potrzeb odbiorcy, przykrojona do jego możliwości percepcji. To sztuka ma się nagiąć do odbiorcy, a nie odbiorca do sztuki¹¹¹.

Czyżby w tych słowach, napisanych przez autorkę w grudniu 2002 r., krył się przeczuwany przez nią los „Filipinki” ...?

¹⁰⁷ M. Korczyka, O. Szaczkus, *Komiks w rękach dziewczyn*, „Filipinka” 2003, nr 12, s. [44]–45.

¹⁰⁸ [br. aut.], *Teraz manga*, „Filipinka” 2003, nr 8, s. [22].

¹⁰⁹ A. Budak, *Kultura powielacza*, „Filipinka” 2002, nr 12, s. [49]. Był to komentarz uzupełniający zamieszczony wcześniej tekst, zob. M. Kucia, *Picasso w łazience*, *ibidem*, s. [48]–[49].

¹¹⁰ M. Kucia, *Picasso...*, s. [49].

¹¹¹ *Ibidem*, s. [48]–[49].

Skłonności magazynu skierowane ku popularyzacji kultury obrazkowej, popularnej, widoczne były w wyraźnym upodobaniu redakcji do zamieszczania informacji związanych z filmem. Przejawiało się to w prezentacji wybranych aktorów i wywiadach z nimi, ale również w licznych wzmiankach dotyczących premier filmowych. Wśród nich pojawiały się także informacje poszerzone oraz niewielkie objętościowo recenzje dotyczące ekranizacji oraz inscenizacji znanych utworów. Nierzadko zamieszczano informacje, ocierające się o plotkę. W ciągu 5 lat na łamach pisma znalazło się 49 omówień rozmaitych ekranizacji oraz inscenizacji. Większość z nich pojawiła się w ramach działu kulturalnego, w rubrykach: *Film, Kino, Wideo* rzadziej *Teatr*. Pisano np. o ekranizacji takich powieści jak *Dziennik Bridget Jones, Gnój, Nigdy w życiu!*, również o cyklu o Harrym Potterze oraz o trylogii J. R. R. Tolkiena, ale także o *Pornografii* czy *W pustyni i w puszczy*, przeniesionych na ekran przez znanych polskich reżyserów.

Informacje te miały przeważnie objętość kilku lub kilkunastu zdań, uzupełnionych danymi organizacyjnymi, zdjęciami aktorów bądź kadrami z filmu. Stanowiły element rozbudowanych rubryk związanych z X Mużą. Niekiedy czytelniczki miały możliwość wygrania płyty dvd z omawianym filmem, biorąc udział w konkursach sms-owych, będących (w miarę upływu czasu) coraz częstszym dodatkowym elementem przy tego typu informacjach.

4.2.3.4.3. *Wygraj książkę*¹¹²: konkursy i akcje

Jakkolwiek na łamach „Filipinki” często pojawiały się rozmaitego rodzaju konkursy i akcje zarówno organizowane przez periodyk, jak i te, o których w piśmie tylko informowano, na przykład z racji patronatu medialnego, to jednak tego typu przedsięwzięcia związane z książką należały do rzadkości. W większości były to akcje o charakterze opisanym w pierwszej części rozdziału. Natomiast w grupie inicjatyw, które można zaliczyć do kategorii bezpośrednio lub pośrednio dotyczącej interesującej nas problematyki, pojawiały się:

- 1) systematycznie organizowane konkursy o charakterze literackim i paraliterackim,
- 2) jednorazowe przedsięwzięcia,
- 3) minikonkursy, w których nagrodą była wybrana lektura.

¹¹² Tytuł notki, zapraszającej do wzięcia udziału w konkursie sms-owym, w którym nagrodą była książka. „Filipinka” 2004, nr 7, s. 76.

Do pierwszej grupy należy zaliczyć *Konkurs Literacki Filipinki*, organizowany od 1995 r. Czytelniczkom proponowano napisanie opowiadania o dowolnej tematyce, o objętości do 5 stron maszynopisu, podpisanego wymyślonym przez jego autorkę pseudonimem. Najlepsze prace miały być drukowane na łamach miesięcznika, nadto na ich autorki czekały nagrody (na przykład komplety książek, plecaki i pióra)¹¹³. W 2004 r., w 10. edycji konkursu, określono temat opowiadania, którym był *Przepis na świat doskonały*. Izabela Filipiak radziła czytelniczkom:

Zanim zaczniesz pisać, pomyśl, co chciałabyś zmienić? Pisz tak, jakbyś mogła stworzyć lepszy świat. Myśl o szczegółach – jak wyglądają rodziny, czym jest miłość i przyjaźń? Rola pieniędzy? Czy władza stanowi problem? Co z chorobami, przemocą?¹¹⁴

Pierwotnie termin nadsyłania prac wyznaczono na koniec kwietnia, jednak później przedłużono go o kolejne 4 miesiące.

Innym cyklicznym przedsięwzięciem tego typu był konkurs na najlepszy pamiętnik, po raz pierwszy zainicjowany w 2000 r., kontynuowany w latach następnych. Czytelniczkom proponowano pisanie dziennika, a następnie przesłanie jego fragmentów do redakcji. Wśród prac (o objętości maksymalnie 5 stron) jury wybierało najciekawsze, które drukowano w „Filipince”, a ich autorki otrzymywały nagrody (na przykład torby)¹¹⁵.

Na łamach periodyku nie analizowano przysyłanych prac (jak było to na przykład w przypadku prasy kobiecej, gdzie komentowano najczęściej poruszane przez czytelniczki tematy w pisanych przez nie pracach konkursowych), informując jedynie o laureatach i ograniczając się ewentualnie do stwierdzeń, że redakcja otrzymała bardzo dużo opowiadań lub „mnóstwo różnych, fantastycznych zapisków”¹¹⁶. W kolejnych numerach zamieszczano nagrodzone prace, w przypadku pamiętników anonując je zaproszeniem do kolejnej edycji konkursu hasłem: „Ty też możesz być pisarką! Weź udział w konkursie na dziennik”.

W badanym okresie były to najważniejsze systematycznie pojawiające się inicjatywy, związane z rozwijaniem zdolności literackich czytelniczek. Więcej tego typu przedsięwzięć znalazło się w drugiej z wymienionych grup.

Warto w tym miejscu przywołać interesujący konkurs na opowiadanie z czasów młodości babć czytelniczek pisma. W numerze czerwcowym (2001) wydrukowano nagrodzone opowiadanie *Przetańczyć całą noc*, a jego

¹¹³ Zob. np. „Filipinka” 2001, nr 2, s. [72]; 2002, nr 1, s. [41]. Jedna z nagrodzonych prac: *ibidem*, 2001, nr 9, s. [73].

¹¹⁴ I. Filipiak, *Napisz opowiadanie*, „Filipinka” 2004, nr 2, s. [66].

¹¹⁵ Zob. np. „Filipinka” 2001, nr 10, s. [75]; jedna z nagrodzonych prac: nr 8, s. 70–[71].

¹¹⁶ „Filipinka” 2001, nr 10, s. [71].

pointa oddawała nieco dydaktyczny charakter „dawnej” „Filipinki” i przypominała klimat wielu tekstów, zamieszczanych na łamach pisma przed 1995 r.:

kiedy będziesz miała tyle lat, co ja (choć pewnie wydaje ci się to niemożliwe!) i weźmiesz aktualny numer Filipinki do ręki, wtedy powiesz: „Za moich czasów to dopiero było wspaniale!”. Bo cóż to są te „moje czasy”? Po prostu czasy młodości, której z niczym porównać się nie da i powrócić do niej nie sposób...¹¹⁷.

Pomysł, jakkolwiek wartościowy, nie został powtórzony. Pozostałe konkursy nie wymagały już od czytelniczek większego zaangażowania. Znalazły się tu zarówno propozycje napisania krótkich tekstów na zadany przez redakcję temat, jak i takie, które nawiązywały do znanych książek i ich bohaterów. Jedną z nich był „magiczny konkurs” związany z Harrym Potterem. Proponowano, by czytelniczki wymyśliły oryginalny, czarodziejski przedmiot, narysowały go i opisały. Natchnienia można było szukać w kolejnych tomach powieści, w których obok latających mioteł pojawiały się świstokliki, zegary, przypominające o czynnościach, które należało wykonać w ciągu dnia, czy ruchome fotografie i fałszoskopy. Na autorki najciekawszych pomysłów czekały „czarodziejskie” nagrody (na przykład „20 cudownych teczek”)¹¹⁸.

Warto również wspomnieć o pomniejszych konkursach, które w pewnym stopniu rozwijały zdolności twórcze czytelniczek „Filipinki”. Na przykład, przy okazji przywołanego wcześniej tekstu na temat komiksu, zaproponowano im narysowanie własnej obrazkowej historyjki z dymkiem i przesłanie jej do oceny redakcji. Najlepsze prace obiecywano wydrukować na łamach pisma¹¹⁹. Inny pomysł pojawił się w 2004 r., w numerze majowym, w którym proponowano czytelniczkom opisanie (w ramach konkursu *Jak wchodziłam do Europy*) własnych odczuć związanych z wstąpieniem Polski w struktury Unii Europejskiej. Wrażenia mogły być opisane w formie felietonu, opowiadania lub reportażu, a ich objętość nie powinna przekraczać 5000 znaków. Najlepsze prace obiecywano opublikować, zaś na autorkę jednej z nich czekał komplet eurokoszulek oraz *Encyklopedia Unii Europejskiej*¹²⁰.

Kolejnym pomysłem była propozycja napisania historyjki, w której „istotną rolę” odgrywać miała... torba¹²¹, inny polegał na opisaniu przez czytelniczki najskuteczniejszego (ich zdaniem) sposobu na naukę języka obcego. W opisie znaleźć miały się podane przez redakcję słowa („klik”, „mysz” i „poliglota”)¹²².

¹¹⁷ J. Chojnacka [czytelniczka], *Przetańczyć całą noc*, „Filipinka” 2001, nr 6, s. [76].

¹¹⁸ „Filipinka” 2002, nr 2, s. [42].

¹¹⁹ „Filipinka” 2001, nr 11, s. [56].

¹²⁰ „Filipinka” 2004, nr 5, s. 26.

¹²¹ „Filipinka” 2002, nr 5, s. [27].

¹²² „Filipinka” 2002, nr 7, s. [70].

Kilkakrotnie nawiązywano pytaniem do opisywanej w magazynie książki, jej fragmentu, drukowanego w danym numerze lub zamieszczonego w nim wywiadu z pisarzem. Tak było na przykład przy okazji zamieszczenia fragmentu powieści Nicka McDonella *Odlot*, rozmowy z J. Harris czy recenzji powieści A. Pérez-Reverte. W takim przypadku nagrodą bywała zazwyczaj książka danego twórcy.

Od 2004 r. wyraźnie wzrosła liczba konkursów sms-owych, dotyczących różnych zagadnień, w tym takich, w których przedmiotem pytania lub nagrodą za poprawną odpowiedź była książka. Czytelniczki miały możliwość wygrać na przykład jeden z kompletów *Opowieści rodu Otori*, jeden z zestawów trylogii Enkiego Bilala, jeden z 15 egzemplarzy powieści *Gnój* Wojciecha Kuczoka czy jedną z powieści o Adrianie Mole`u (Sue Townsend). Książki bywały również niekiedy jedną z nagród za poprawne rozwiązanie krzyżówki. W większości przypadków fundatorami były oficyny wydawnicze. To, że książka traktowana była w tym przypadku na równi z zestawem kosmetyków do kąpieli lub kremu do rąk, mogło grozić tym, że w efekcie postępującej wokół komercjalizacji sztuki i literatury czytelniczki miały „szansę ją zrozumieć, ale jednocześnie [...] [mogły – przyp. M.P.S.] stracić dla niej szacunek”¹²³.

O konkursie na napisanie powieści czytelniczki dowiedziały się z numeru lipcowego w 2004 r. Wydawnictwo Santorski & Co proponowało opisanie życia współczesnych nastolatków, ich problemów, zmartwień i konfliktów. Nagrodzona powieść miała reprezentować Polskę w planowanej serii „*Biblioteka Młodego Europejczyka*”. Znaleźć się w niej miały najbardziej interesujące dzieła literatury adresowanej do młodzieży¹²⁴.

Jednak tego typu informacja na łamach pisma należała do wyjątków; nie donosiło ono o podobnych inicjatywach innych wydawnictw czy instytucji, chociaż chętnie współpracowało na przykład z firmami kosmetycznymi, z którymi organizowało wspólne przedsięwzięcia.

Należy jednak wspomnieć o tekście opisującym wybrane przedsięwzięcia związane z promowaniem poezji, podejmowane w Internecie¹²⁵. Obok projektu Michała Zabłockiego *Multipoezja*¹²⁶ przedstawiono także Legnickie Biuro Literackie, serwisy www.wiersze.com oraz www.republika.pl/bohman/wierszok/.

Jakkolwiek konkursy paraliterackie pojawiały się w periodyku, a książka znajdowała swoje miejsce także w projektach organizowanych przez „Filipinkę”, to jednak, poza opisanymi dwoma cyklicznymi pomysłami, nie

¹²³ A. Budak, *Kultura powielacza*, „Filipinka” 2002, nr 12, s. [49].

¹²⁴ „Filipinka” 2004, nr 7, s. 76.

¹²⁵ M. Kucia, *Poezja schwytana w sieci*, „Filipinka”, 2002, nr 9, s. [48]–[49].

¹²⁶ Projekt ten był już wspomniany w rozdziale poświęconym magazynowi kobiecemu „Zwierciadło” (3.2.3.4.2.) oraz krótko opisany w rozdziale dotyczącym miesięcznika „Elle” (zob. rozdz. 3.4.3.4.1.).

stanowiły one szczególnie istotnego punktu w polityce redakcyjnej pisma. Wrażenie to pogłębia także, wspomniany wcześniej, brak należytego dopracowania tego typu pomysłów. Informowano o nich, podawano ogólne zasady udziału w nich, ale nie komentowano zbyt szeroko ich wyników, ograniczając się do podania danych osobowych laureatów i ewentualnego druku nagrodzonych prac.

Należy jednak docenić istnienie tego typu inicjatyw, podejmowanie prób zaangażowania czytelniczek w próby pisarskie, nawet jeśli były to próby ograniczone do pisania krótkich historyjek na proponowany przez periodyk temat. Ponadto, jak w przypadku konkursów sms-owych, organizowanych na łamach prasy kobiecej, te z nich, gdzie nagrodą była książka, stanowiły formę promocji (może nieświadomej) danego tytułu.

Podobnie było w wielu przypadkach, odnoszących się do informacji, zaliczonych do kategorii Inne. Była to, podobnie jak w prasie opinii czy czasopismach kobiecych, najbardziej rozbudowana grupa. Znalazły się w niej, jak już wspomniano, przede wszystkim wzmianki, notatki prasowe mniej lub bardziej rozbudowane oraz zapowiedzi, ale sporadycznie drukowano także nieco większe objętościowo wiadomości, a nawet reprezentatywne dla publicystycznych gatunków dziennikarskich formy.

Do zajmujących w piśmie stronę i więcej zaliczyć należy felietony. Ich autorami byli jednak przeważnie piosenkarze (na przykład Kasia Kowalska) lub celebryci (jak choćby Kuba Wojewódzki). Dopiero od numeru 6 (2004) pojawił się ten typ publikacji autorstwa M. Nahacza, bohatera jednego z wywiadów, autora powieści *Osiem cztery* i *Bombel* [pis. oryg.]. Odtąd teksty jego pióra można było znaleźć w rubryce zatytułowanej krótko *Jego felieton*, zajmującej stronę, opatrzoną dodatkowo zdjęciem autora i rysunkami odpowiadającymi treści aktualnego tekstu.

Stronę lub dwie poświęcano również na drukowanie fragmentów wybranych powieści. W ciągu 5 lat pojawiło się ich na łamach „Filipinki” 11. W ten sposób zachęcano do sięgnięcia po następujące tytuły: *20 tysięcy godzin w budzie* (Andrzej Samson), *Iwona czy Agnieszka?* (Grażyna Katner), *Odlot* (Nick McDonell) *Osobowość* (Andrew O'Hagan), *Oszaleć ze strachu* (Jana Frey), *Spalona żywcem* (Souad), *Sabotaż miłosny* (Amélie Nothomb), *Stan podgorączkowy* (Grażyna Bąkiewicz), *Statek z papieru* (Scott Spencer), *W ciemności* (Jana Frey), *Wyznania nastoletniej gwiazdy* (Dyan Sheldon). Obok cytowanego fragmentu zamieszczano zdjęcie autora, jego biogram, czasem przeprowadzano z nim krótki wywiad, niekiedy również proponowano czytelniczkom udział w konkursie sms-owym, nawiązującym zazwyczaj do twórczości danego pisarza.

Od numeru 6 (2001) na łamach miesięcznika drukowano także komiks w odcinkach, zatytułowany: *Kfiatuszki* [pis. oryg.]. Jego autorami byli

Dennis Wojda oraz Tomasz Leśniak. Historia obrazkowa, drukowana do połowy 2004 r., opisywała przygody Baśki i jej przyjaciółek: Natki oraz Adeli. Czytelniczki przez niemal 3 lata mogły śledzić perypetie bohaterek, opisane w zabawny sposób, ich szkolne i prywatne życie oraz problemy z płcią przeciwną. W latach 2002–2003 pojawiało się w piśmie opowiadanie Jagody Gardy *Szkoła Specjalnej Troski*, zajmujące niemal dwie strony.

Stałym elementem w zawartości pisma była rubryka poetycka *Cześć poeci i poetki* [pis. oryg.]¹²⁷, w której drukowano wiersze przysyłane przez czytelniczki, oceniane i komentowane przez pisarkę i poetkę, Natalię Usenko. Początkowo wiersze zajmowały dwie strony, później jednak ograniczono je do jednej strony w piśmie. Obok komentarza znajdowało się zdjęcie poetki, a wiersze czytelniczek przedzielone były rysunkami odpowiadającymi danemu motywowi, pojawiającemu się w wydrukowanych utworach. Niekiedy zamieszczano też krótkie odpowiedzi N. Usenko na listy czytelniczek.

Warto również przywołać kilkakrotnie zamieszczoną rubrykę, w której znane osoby dzieliły się z czytelniczkami tytułami swoich ulubionych książek. Dwukrotnie w 2002 r. zapytano znane aktorki (Magdalenę Stужиńską i Kaję Paschalską) o ich ulubione lektury. Filmowa Marcysia z serialu *Złotopolscy* przyznała, że niezapomnianą lekturą jej dzieciństwa był cykl powieści L. M. Montgomery oraz powieść *Dzieci z Bullerbyn*. W 2003 r. o swoich książkach opowiedzieli popularni piosenkarze: Robert Gawliński, Kasia Kowalska i Renata Przemyk oraz aktorka, Joanna Brodzik. Wokalista zespołu „Wilki” wyznał m.in.:

Książki zafascynowały mnie około 13. roku życia. Nie chodziłem do szkoły, tylko w parku z zapartym tchem śledziłem losy bohaterów literatury science fiction. Obecnie mam niewiele wolnego czasu, zawsze jednak staram się znaleźć w tygodniu chwilę na czytanie. Od lat wracam do „Władcy Pierścieni”¹²⁸.

Natomiast K. Kowalska przyznała, że jako nastolatka czytała komiksy ze znanej serii *Kajko i Kokosz*, a także *Wakacje z duchami* Adama Bahdaja. Z kolei R. Przemyk wyznała, że lubi poznawać całą twórczość jednego, wybranego przez siebie autora. W ten sposób spędza czas m.in. z Marcelem Proustem. W dzieciństwie zaś przywiązana była do cyklu o *Muminkach* i *Hobbicie*. Z kolei *Tęsknota silnej kobiety za silnym mężczyzną* (Mai Storch) okazała się ostatnio przeczytaną książką przez J. Brodzik.

Dużą grupę w kategorii określonej jako Inne stanowiły krótkie, kilkudzaniowe informacje, które określić można jako wzmianki, a część z nich

¹²⁷ W 2003 r. kilkakrotnie pojawiła się inna nazwa tej rubryki: *Poezja*.

¹²⁸ [br. aut.], *Co czyta Robert Gawliński?*, „Filipinka” 2003, nr 8, s. 71.

zaliczyć można do notatek prasowych. Było ich w sumie w ciągu pięciu lat 51. Pojawiały się zazwyczaj w dziale kulturalnym, ale kilka z nich znalazło się również w obrębie innych działów i rubryk, na przykład *Między nami*, *Moda czy Nauka i kariera* lub *Niezbędnik*. Niemal połowa z owych notek nie posiadała własnego tytułu, i tylko dwie z nich były podpisane. Informowano na przykład o istnieniu wirtualnej biblioteki¹²⁹, portalach edukacyjnych ze słownikami¹³⁰, o nowej serii Wydawnictwa Czarne¹³¹, ukazaniu się pierwszej części *Opowieści rodu Otori: Po słowiczej podłodze*¹³², polecano wybrane książki, jak choćby *Mapę twoich myśli* (Tony Buzan, Barry Buzan)¹³³, Tomasza Piątka *Przypadek Justyny*¹³⁴. Pisano o VII Międzynarodowym Festiwalu Sztuki Książki 2003 „Wędrówka”¹³⁵ i o Festiwalu Poezji w Poznaniu¹³⁶. Niekiedy informacje te miały charakter ciekawostek, jak choćby wzmianka o tym, że W. Wharton zamierza zamieszkać z żoną i synem w Białowieży¹³⁷.

Tylko w kilku przypadkach książka była polecona przy okazji poruszenia wybranego przez dziennikarza tematu¹³⁸.

Na koniec należy wspomnieć o listach bestsellerów. Pojawiły się one na łamach pisma zaledwie ośmiokrotnie: w 2001 (3 razy), 2004 (dwukrotnie) oraz 2005 r. (ponownie 3 razy). Najpierw był to *EMPiK TOP 10*, następnie *Książki*, a w 2005 r.: *Ranking Filipinki*. Za każdym razem zestawienie obejmowało 10 pozycji, zawierających nazwisko i imię autora książki, jej tytuł oraz nazwę wydawcy.

Prezentowana grupa informacji, zaliczona do kategorii Inne była najbardziej zróżnicowana. Część z nich, szczególnie te obszerniejsze, znajdowały się na pograniczu wcześniej omówionych form, jak choćby recenzji.

Wśród czytelniczek pisma sprawy książki nie znajdowały dużego odzewu, a przynajmniej zainteresowanie to nie przekładało się na listy, wysyłane do periodyku. Zaledwie trzykrotnie pojawiły się listy nawiązujące do publikacji dotyczącej książki. W 2001 r. Bina pisała:

¹²⁹ „Filipinka” 2005, nr 11, s. 91.

¹³⁰ *Ibidem*.

¹³¹ „Filipinka” 2004, nr 3, s. 77.

¹³² „Filipinka” 2004, nr 11, s. [74].

¹³³ „Filipinka” 2005, nr 12, s. 91.

¹³⁴ „Filipinka” 2004, nr 9, s. 71.

¹³⁵ „Filipinka” 2003, nr 6, s. 66.

¹³⁶ „Filipinka” 2003, nr 10, s. [74]

¹³⁷ „Filipinka” 2003, nr 8, s. 8.

¹³⁸ Zob. np. „Filipinka” 2005, nr 3, s. [18]–[21].

Niewielu moich znajomych czyta książki, bo wydaje im się, że to takie staroświeckie i niemodne. [...] Dziwi mnie fakt, że można obawiać się wyśmiania z powodu fascynacji światem lektur, książek czy poezji. [...] Zapewniam, że warto sięgnąć pod dobrą książkę i odpuścić sobie kolejny, tandetny film na wideo¹³⁹.

Głos był bez wątpienia słuszny, redakcja przyznała rację czytelniczce, szkoda jednak, że opinii tej nie zastosowała do własnej polityki związanej z książką.

4.2.4. *Gazety na medal*¹⁴⁰. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

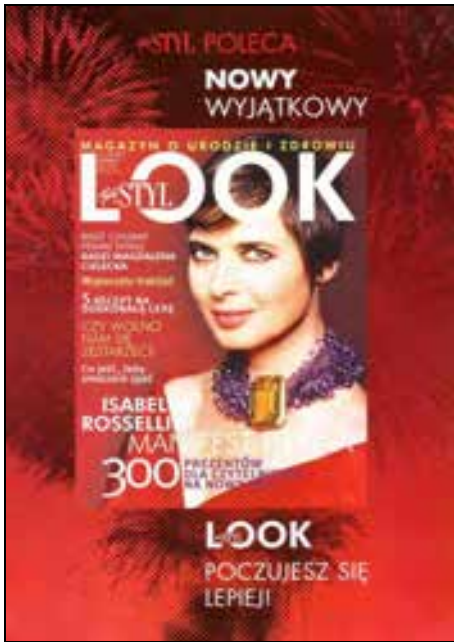
W omawianym periodyku znalazły się jedynie dwie tekstowe informacje dotyczące prasy: pierwszą było ogłoszenie wyników VII Ogólnopolskiego Konkursu na Gazetę Szkolną „Nasza Gazeta”, drugą stała się niewielkich rozmiarów wzmianka o czasopiśmie „Świat Młodych”, w którym drukowano komiks *Kajko i Kokosz*¹⁴¹.

Natomiast nieco większą grupę stanowiła reklama czasopism i autopromocja innych periodyków, należących do wydawcy „Filipinki”. W sumie w ogłoszeniach tego typu pojawiło się dziewięć tytułów: „Bravo Girl!”, „Fun”, „Look. Magazyn o Urodzie i Zdrowiu”, „Rewia”, „Świat Porad”, „Świat Seriali”, „Twist”, „Twój Styl”, „Votre Beauté”. Ponadto reklamowano *Pakiet Maturalny „Filipinki”*, sześciokrotnie wydanie specjalne samego magazynu. Reklamy zamieszczano w całym periodyku, zajmowały moduł lub stronę. Dwudziestokrotnie pojawiła się autoreklama „Filipinki” *on line*, 63 razy przypomniano o prenumeracie periodyku – zob. zdjęcia 168 i 169.

¹³⁹ Bina [czytelniczka], *Książki górą*, „Filipinka” 2001, nr 9, s. [3].

¹⁴⁰ Tytuł informacji dotyczącej VII Ogólnopolskiego Konkursu na Gazetę Szkolną „Nasza Gazeta”. Zob. „Filipinka” 2001, nr 11, s. [63].

¹⁴¹ „Filipinka” 2001, nr 9, s. [6].



Zdjęcie 168. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2004, nr 5, s. [99]



Zdjęcie 169. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki” „Filipinka” 2003, nr 2, s. [65]

Pomimo, że reklam proponujących inne periodyki było stosunkowo niewiele, to jednak zwracały uwagę czytelniczek żywymi barwami oraz sugestywnymi hasłami, na przykład „Look. Poczujesz się lepiej” (zdjęcie 168).

Jakkolwiek informacje na temat literatury znajdowały swoje miejsce w piśmie, to, jak już zaznaczono przy okazji omawiania poszczególnych ich form, nie stanowiły istotnego elementu w treści periodyku. Jego zawartość, wraz z kolejnymi latami, stawała się coraz bardziej oddalona o tej, do której przywykły wcześniejsze pokolenia czytelniczek pisma. Przeważać zaczęły krótkie teksty, przedmiotem publikacji stały się przede wszystkim modne fakty, książki i osoby z nimi związane. Dłuższe, tzn. jednostronicowe teksty, budowane były na podstawie ciekawostek, dotyczących danego tematu.

4.3. „Dziewczyna”: *Jest wspaniała!*¹

4.3.1. *Dziewczyna taka jak Ty*²: historia czasopisma

...lansuje pewien ideał dziewczyny: dba ona o cerę, troszczy się o włosy, pielęgnuje paznokcie, konserwuje dekolt, depiluje łydki [...]. Celem tego wszystkiego jest zdobycie chłopaka [...]. Następnie trzeba dowiedzieć się, jaki jest jego znak zodiaku³.

Zupełnie odmienny od przedstawionego w poprzednim rozdziale miesięcznika charakter miało kolejne czasopismo młodzieżowe, które stało się przedmiotem niniejszego opracowania.

Magazyn „Dziewczyna” był, podobnie jak tygodnik „Newsweek Polska”, przykładem polskiej edycji pisma zachodniego. Na polski rynek prasowy wprowadzony został przez wrocławską firmę Phoenix Intermedia⁴ jako polskojęzyczna wersja niemieckiego periodyku młodzieżowego „Mädchen”⁵. Phoenix Intermedia na mocy umowy otrzymał licencję m.in. na ten tytuł od szwajcarskiego wydawcy J. Marquarda.

Pierwszy numer pisma, które od początku przyjęło częstotliwość miesięcznika, ukazał się w maju 1991 r. Jego nakład liczył 200 tys. egz., wydany został w formacie 28,5 x 20,5, w objętości 72 stron. Redaktor naczelną

¹ Opinia jednej z czytelniczek, zob. M. Watny [czytelniczka], *Jest wspaniała!*, „Dziewczyna” 1991, nr 3, s. 19.

² Hasło reklamowe towarzyszące omawianemu periodykowi.

³ J. Szocki, *Prasa dla dzieci i młodzieży. Czytelnictwo i funkcja*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1996, nr 3–4, s. 121.

⁴ Phoenix Intermedia → Phoenix Press-Media – należało w latach 90. XX w. do największych wydawnictw w Europie. Była to spółka rodzinna, specjalizująca się w przekładaniu na język polski periodyków z niemieckiego kręgu językowego. Warto w tym miejscu podkreślić, że zawierane przez firmę umowy licencyjne zastrzegały wierność kopii z pierwowzorem, jednocześnie ograniczając liczbę tekstów polskich do zaledwie kilku w jednym numerze danego pisma. Praca redakcji ograniczała się głównie do tłumaczeń gotowych tekstów, co niekorzystnie wpływało na zawartość i charakter czasopisma, wydawanego wszak dla polskiego czytelnika. Phoenix Intermedia zaistniało na rynku polskim w 1990 r., dzięki dwóm miesięcznikom o charakterze poradnikowym („Trick und Schick” oraz „Nowe Pramo. Praktyczna Moda – Własne Wykonanie”). W 1991 r. firma rozpoczęła edycję dwóch kolejnych tytułów na licencji niemieckiej: „Popcorn” i „Dziewczyna”. Olbrzymi sukces obydwu magazynów sprawił, że właściciele PI, Elżbieta i Mirosław Poniżnikowie trafili w 1993 r. na listę *100 najbogatszych Polaków* tygodnika „Wprost” (zajęli 70. miejsce).

⁵ Było to pismo europejskie, którego wersje w językach narodowych wydawano również, poza Niemcami, w Czechach i na Słowacji. Właścicielem tytułu było szwajcarskie wydawnictwo Brisas, później wydawnictwo ZAG Zeitschriften-Verlag AG.

wydania polskiego była Danuta Bukowska-Lechki, a jej zastępcą Jolanta Barlińska. Pod ich kierownictwem zespół tłumaczy przygotowywał teksty do kolejnych numerów nowego magazynu. Dzięki swej (niespotykanej dotąd na gruncie polskim) zawartości, periodyk wypełnił lukę w segmencie prasy dla młodzieży i zdobył szybko popularność. Z założenia miał to być tytuł „bogato ilustrowany, na >europejskim poziomie graficznym<, poruszający problemy młodzieży szkolnej”⁶, w którym znaleźć się miały materiały kulturalne (poświęcone sztuce, filmowi, muzyce), związane z modą i urodą, ale również reportaże opowiadające o życiu współczesnej młodzieży, jej problemach, pierwszej miłości. Czytelniczki odnaleźć miały na łamach nowego pisma liczne porady dotyczące, najogólniej mówiąc, „sztuki uwodzenia”, zaś całość zdobić miały liczne zdjęciami ówczesnych idoli oraz fotokomiksy o miłości. Nowa dla polskich odbiorców obrazkowo-kolorowa formuła magazynu, podobnie jak niespotykany dotąd sposób pisania o sprawach intymnych, wpłynęły na olbrzymie zainteresowanie tytułem. Jego nakład szybko wzrastał, tak, że na koniec 1991 r. osiągnął pułap 400 tys. egz. Już w trzecim numerze pojawiły się pełne zachwyty listy od czytelników obojga płci:

Hej! „Dziewczyna” jest NAJLEPSZĄ gazetą, jaką kiedykolwiek czytałam. Jest wspaniała!⁷.

Mimo że jestem chłopcem, magazyn „Dziewczyna” bardzo mi się podoba. Mam zamiar kupować ten magazyn i chciałbym zapytać, czy w przyszłości będzie prenumerata?⁸.

Nareszcie mamy własne pismo na poziomie. Myślę, że my – dziewczyny nie będziemy zazdrościły już mamom ich gazety – „Pani”⁹.

W 1992 r. redaktor naczelna magazynu w jednym z wywiadów podkreśliła: „za najważniejszą cechę >Dziewczyny< uważam jej otwartość, szczerłość, zgodność z oczekiwaniami tych czytelników, dla których jest przygotowywana”¹⁰. Opinia D. Bukowskiej-Lechki nie była jednak podzielana przez wszystkich. Jawność, wręcz ekshibicjonizm w przedstawianiu najbardziej intymnych spraw na łamach periodyku, przesadna otwartość na kwestie związane ze sprawami alkowy szokowały nie tylko recenzentów czy krytyków, ale również wychowawców i rodziców nastolatków. W prasie pojawiły się głosy oburzenia i protestu.

⁶ Z. Sokół, *Czasopisma dla dziewcząt w Polsce w latach 1990–2004*, „Studia Bibliologiczne” 2008, t. 17, s. 188.

⁷ M. Watny [czytelniczka], *Jest...*, s. 19.

⁸ T. Strożek [czytelnik], *Mimo że...*, „Dziewczyna” 1991, nr 3, s. 19.

⁹ A. Martysiuk [czytelniczka], *Nareszcie*, „Dziewczyna” 1991, nr 3, s. 19.

¹⁰ D. Bukowska-Lechki, *Rozmowa z redaktor naczelną „Dziewczyny”*. Rozm. przeprowadziła E. Gil-Końkowska, „Ela” 1992, nr 4, s. 2.

Dziewczyna w „Dziewczynie” [...] nie tyle „ma ciało” (i jeszcze coś oprócz tego), ile sama jest ciałem¹¹. [Tego typu – przyp. M.P.S.] czasopisma nie tylko opisują, ale też kreują określoną rzeczywistość, lansują pewien styl życia i myślenia, kształtują postawy wobec świata i ludzi. Niestety, kierują one uwagę i oddziałują głównie na sferę emocjonalną, z pomijaniem intelektualnej, co może budzić obawy o rezultaty ich czytania¹².

Periodyk dwukrotnie stał się tematem poruszonym na forum sejmowym. Określony został jako „pismo z pogranicza pornografii”; proponowano nawet, by wprowadzić wobec niego rodzaj cenzury. Jednak krytyka ta nie wpłynęła negatywnie na odbiór miesięcznika, a można wręcz stwierdzić, że stało się odwrotnie. W 1993 r. zwiększyła się jego objętość (do średnio 82 stron) oraz nakład (do 500 tys. egz.). Jednocześnie funkcję zastępcy redaktor naczelnej przejęła Ewa Szumowska-Lempart, zaś w stopce redakcyjnej pisma pojawiły się nazwiska osób, tworzących zespół redakcyjny. Wśród nich znalazły się w latach 90. XX w. m.in.: Joanna Dowgiałło¹³, Magdalena Dziemidek, Dagmara Fall, Dominika Gruczek, Beata Łukasiewicz, Katarzyna Lisiecka, Ewa Mierzejewska, Urszula Ososko, Jolanta Rogalska, Danuta Tauer oraz Magdalena Zając. W rok po ukazaniu się pierwszego numeru redakcja pisała:

Kochani, jesteście sensem naszej pracy, dla Was robimy „Dziewczynę”, staramy się, by była coraz ciekawsza, piękniejsza, mądrzejsza, bardziej Wam pomocna w dużych i małych problemach¹⁴.

Czytelniczki nie pozostawały dłużne:

„Dziewczyna” to marka prawdziwej kobiety – mało tego, to nowy styl życia, to symbol jakości. [...] Jest rewelacyjna! Zachodnia jakość – krajowa cena. Podarowałam sobie odrobinę luksusu¹⁵.

Zachwyty, jaki wzbudzał magazyn, wyływał być może z intensywnej działalności redakcji: zwiększono liczbę porad, zainicjowano kilka konkursów i akcji (na przykład „Chłopak na plakat”, „Dziewczyna na okładkę”), utworzono „Klub dziewczyny”, a także zaczęto pisać również o polskiej muzyce i drukować materiały związane ściślej z problemami polskich nastolatków. Od początku bardzo istotne dla redakcji były relacje z czytelnikami. Stąd w każdym numerze zamieszczano liczne listy, w których pisali

¹¹ K. Krzysztofek, *Erotyzm bez duszy*, „Przegląd Tygodniowy” 1993, nr 20, s. 10.

¹² J. Szocki, *Prasa dla dzieci...*, s. 121. Zob. też np. D. Pilot: *Bravo Tina, Gut Dziewczyna*, „Gazeta Wyborcza” 1993, nr 39, s. 16; [br. aut.], *Demoralizacja, ibidem*, 1995, nr 139, s. 23.

¹³ W listopadzie 1998 r. została redaktor naczelną „Filipinki”.

¹⁴ „Dziewczyna” 1993, nr 5, s. 56.

¹⁵ K. Mikołajczyk, D. Kozłowska [czytelniczki], *Superreklama*, „Dziewczyna” 1993, nr 5, s. 56.

oni o swoich problemach, pytając o rady, chwaląc miesięcznik, komentując teksty, zamieszczone we wcześniejszych jego wydaniach. Redakcja do większości głosów starała się ustosunkować, jednocześnie zachęcając do kontaktów z periodykiem. Autor najciekawszego listu otrzymywał 50 zł, a pozostałe wydrukowane głosy nagradzano honorarium w wysokości 10 zł.

W 1994 r. firma JMG Marquard¹⁶, która utworzyła w Polsce filię (JMG Publishing Poland), cofnęła (bez zachowania ustalonego terminu wypowiedzenia) licencję na wydawanie magazynu i przeniosła go do Warszawy. W lipcu obie firmy: Phoenix Intermedia oraz JMG Publishing Poland wydały „Dziewczynę” – pierwsi w stolicy, drudzy we Wrocławiu. Konflikt znalazł swe rozwiązanie w sądzie, gdzie firma Marquarda przegrała proces i jej nakłady tego wydania przejął Phoenix Intermedia.

Jednak ostatecznie Marquard odzyskał własną licencję na tytuł od Phoenix Intermedia¹⁷. W stopce redakcyjnej jako wydawca pojawił się JMG Magazine Publishing Company, zaś jako właściciel tytułu widniał ZAG Zeitschriften Verlag-AG Zug, Verlagsgruppe Jürg Marquard.

Perturbacje własnościowe nie wpłynęły na wysokość nakładu, który nadal utrzymywał się na wysokości 500 tys. egzemplarzy. Podobnie niezmienna pozostawała zawartość każdego numeru („jak zwykle, kolorowo i zajmująco. Sporo reportaży, trochę astrologii [...], coś dla urody, porady sercowe, wiersze i przystojni chłopcy na plakat”¹⁸) i jego objętość, choć forma coraz bardziej upodabniała się do innego popularnego, taniego, wysokonakładowego pisma, jakim był w tamtym okresie „Popcorn”. Od 1995 r. zatrudniono w redakcji „Dziewczyny” dyrektora artystycznego oraz osoby odpowiedzialne za layout pisma: stało się ono jeszcze bardziej kolorowe, zwiększono również liczbę zdjęć. Jednocześnie jego autopromocja osiągnęła apogeum. W jednym z numerów wydrukowano list zachwyconej czytelniczki. Warto go zacytować:

Dzisiaj, jak co dzień, w drodze do szkoły przechodziłam koło kiosku. Wśród stosu kolorowych gazet ujrzałam „Dziewczynę”. Kupiłam ją bez namysłu. Pierwszy miałam język polski i... klasówkę. Tematem wypracowania był: „Wpływ mojego ulubionego czasopisma na mój rozwój intelektualny”. Oczywiście, napisałam o „Dziewczynie”. Trochę z niej ściągałam, ale dostałam piątkę! Poza tym moja praca przekonała do czytania nawet profesorkę! Jesteście super!¹⁹

¹⁶ Verlagsgruppe Jürg Marquard był w tym czasie wydawcą licznych periodyków w wielu krajach, m.in. „Cosmopolitan”, „Metal Hammer”, „Pop/Rocky” w Niemczech, Szwajcarii i Austrii, a także „Chica Hoy” w Hiszpanii. W Polsce wydawał, poza „Dziewczyną”, także „Narty”, „Nowe Echo”, „Panoramę”, „Popcorn”, dzienniki: „Express Wieczorny”, „Sport”.

¹⁷ K. Prewęcka, *Zmiana wizerunku*, „Media i Marketing Polska” 1999, nr 21, s. 19.

¹⁸ „Dziewczyna” 1994, nr 11, s. [1]. Tak opisaną zawartość jednego z wydań można odnieść do każdego kolejnego numeru opisywanego miesięcznika.

¹⁹ Monika ze Sławkowa [czytelniczka], *Superdziewczyna*, „Dziewczyna” 1995, nr 2, s. 12.

Była w tym wyraźna przesada, a nawet pewne zakłamanie, ponieważ na średnio 76 stronach drukowano głównie porady dotyczące uczesania, ubioru, makijażu, mody oraz relacji damsko-męskich. Trudno w nim odnaleźć treści kulturalne, które rozwijałyby intelektualnie czytelniczki, chyba że za taki element uzna się poszerzanie wiedzy dotyczącej działania rumianku lub tego, jak sprawdzić „prawdziwe zamiary” potencjalnego wielbiciela.

Sporadycznie pojawiały się również głosy delikatnie krytyczne, które jednak znajdowały się w zdecydowanej mniejszości, a krytyka w nich zawarta wystawiała nie najlepsze świadectwo bardziej autorce listu niżli periodykowi²⁰. Kilkakrotnie pojawiły się oburzone głosy czytelniczek, niezadowolonych ze wzrastającej liczby reklam zamieszczanych w piśmie²¹.

Od 1997 r. nastąpiła zmiana na stanowisku redaktor naczelnej: miesięcznikiem zaczęła kierować Agnieszka Lesiak, którą od numeru 7 w 1997 r. zastąpiła Monika Baran (później jako M. Baran-Finotello).

Kolejne lata to nieznaczne zmiany w strukturze pisma, przy równoczesnym, systematycznym podnoszeniu jego poziomu graficznego. Jednocześnie, obok coraz większej liczby reklam, pojawiały się lepsze pod względem jakości zdjęcia, coraz częściej przedstawiające gwiazdy z rodzimej półki, zwiększono też liczbę konkursów oraz akcji, mających na celu przyciągnąć nowe audytorium i jeszcze bardziej przywiązać do pisma wierne czytelniczki. Systematycznie drukowano ankiety, które miały pomóc redakcji w przygotowaniu magazynu, dostosowując go do oczekiwań odbiorców. Redakcja chwaliła się, że periodyk jest najpopularniejszym tytułem wśród dziewcząt w wieku 15–19 lat²² i jednocześnie przyznawała:

Chcemy pomagać, doradzać, ale nie wymądrzać się. Chcemy, by nasza „Dziewczyna” była taka, jak nasze Czytelniczki. By stała się ich najlepszą przyjaciółką²³.

Pomimo niezaprzeczalnej popularności, jaką się cieszył, jednak i ten magazyn odczuł kryzys, który w drugiej połowie lat 90. XX w. dotknął segment prasy młodzieżowej: w 1998 r. po pismo sięgało 5,1% badanych, w 1999 r. liczba ta zmniejszyła się do 2,8%²⁴.

Na początku 1999 r. redaktor naczelną została Monika Piasecka. Pod koniec tegoż roku koncern J. Marquarda sprzedał tytuł niemieckiemu wydawcy. Od stycznia 2000 r. „Dziewczyna” zadebiutowała pod szyldem

²⁰ Zob. np. Mysza z Gdyni [czytelniczka], *Znudzona*, „Dziewczyna” 1995, nr 1, s. 14. Naturalnie należy dopuścić tu możliwość, iż takie działania były manipulacją redakcji.

²¹ Zob. np. „Dziewczyna” 1995, nr 9, s. 76; nr 11, s. [49].

²² Reklama magazynu: „Media Polska” 1998, nr 2, s. [21].

²³ *Ibidem*.

²⁴ Za: K. Prewęcka, *Zmiana wizerunku*, „Media i Marketing Polska” 1999, nr 21, s. 19.

nowego właściciela, którym został Axel Springer Polska, choć jego nazwa pojawiła się w stopce redakcyjnej od wydania lutowego. Redakcja magazynu przeniosła się do nowej siedziby (Al. Jerozolimskie 181).

Na początku nowego wieku sytuacja miesięcznika była ustabilizowana, nadal był jednym z najpopularniejszych periodyków młodzieżowych, choć jego nakład i sprzedaż nie były już tak wysokie jak na początku: w I kwartale 2001 r. średnia sprzedaż wynosiła 179 110 egzemplarzy²⁵. W tym czasie powstał pierwszy fanclub „Dziewczyny”, założony przez czytelniczki z Gdańska, które spotykały się raz w tygodniu, w środę, i rozmawiały na tematy poruszane na łamach magazynu²⁶.

Wydawca inwestował w rozwój miesięcznika. I tak na przykład w połowie stycznia 2002 r. uruchomiono stronę internetową pisma (www.dziewczyna.pl). W serwisie pojawiło się m.in. forum dla czytelniczek, kącik informacyjny dotyczący życia gwiazd, sondy oraz liczne konkursy. Od wydania lutowego w 2002 r. „Dziewczyna” zmieniła zawartość merytoryczną, a także zmodyfikowała układ graficzny i zaproponowała czytelnikom nowe logo magazynu. Wprowadzono bardziej stonowaną kolorystykę, nowe rubryki (na przykład *Fitness*, *Odżywianie*), zwiększono powierzchnię, przeznaczoną na listy, porady, a także nowinki kulinarne, rozszerzono również rubryki zawierające informacje kulturalne. Redaktor naczelna przyznała, że zmiany spowodowała rosnąca konkurencja w segmencie pism młodzieżowych, „Musimy więc być czujni i stale uatrakcyjniac pismo, by zatrzymać regularne i przyciągać nowe czytelniczki”²⁷. Temu celowi służyły też coraz częściej dołączane do magazynu gadżety. Na przykład do wydania październikowego i listopadowego w 2002 r. zaproponowano czytelnikom, przygotowane wspólnie z reklamodawcami, małe, kolorowe książeczki o urodzie. Dzięki tym zabiegom magazyn nadal był niezwykle popularny wśród nastolatek. Zawdzięczał to w dużej mierze nowoczesnej szacie graficznej, tematyce odpowiadającej gustom ówczesnych dziewcząt, cyklicznym konkursom, a także wydawanym w tym czasie dodatkiem specjalnym (jak choćby letnie wydanie *Lato & Luz* czy *Dziewczyna poleca*). Dużą popularnością cieszyły się również płyty CD z muzyką „Dziewczyny”. Nakład pisma, jakkolwiek niższy, utrzymywał się na stałym poziomie (w latach 2002–2004 jego średnia sprzedaż wynosiła ok. 131 tys. egzemplarzy²⁸).

Pod koniec 2002 r. redaktor naczelną magazynu została (pełniąc dotychczas funkcję zastępcy) Donata Cieślik. Kolejne zmiany w formule

²⁵ „Press” 2001, nr 7, s. 68.

²⁶ Warto zauważyć zbieżność z podobną inicjatywą, związaną z wcześniej omawianym czasopismem, „Filipinką”.

²⁷ [br. aut.], *Dziewczyna chce zmian*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 3, s. 22.

²⁸ Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

periodyku wprowadzono od numeru 4 (2004): ponownie zmodyfikowano jego układ i grafikę. Jakkolwiek zawartość pisma w dalszym ciągu wzbudzała kontrowersje, to jednak były one mniejsze niż na początku. Wynikało to w znacznej mierze z faktu, że to, co szokowało w latach 90. XX w., przestało gorszyć kilka lat później. Jednocześnie wzrosła liczba periodyków młodzieżowych, które w swej formie i zawartości były bardzo podobne do „Dziewczyny”, tworząc wraz z nią grupę popularnych, wysokonakładowych, kolorowych magazynów, w których zdjęcia i rysunek przeważały nad treścią, a i ta była powierzchowna, niosąc ze sobą głównie informacje nierzadko ocierające się o sensację, związane z życiem gwiazd i celebrytów, oferując porady z dziedzin, które, według redakcji, najbardziej interesowały współczesną młodzież. W ostatnim badanym roku nakład pisma wzrósł, wynosząc 212 tys. egzemplarzy, z czego sprzedawano ok. 150 tys.²⁹ W tym czasie sukces wydawniczy miesięcznika był w dużej mierze efektem polityki wydawniczej, realizującego ją zespołu redakcyjnego oraz stałych współpracowników. W czasie objętym analizą znaleźli się wśród nich m.in.: Barbara Bartel, Sławomir Belina, Joanna Chatizow, Iwona Chodorowska-Zadros, Piotr Czerwiński, Joanna Germak, Magdalena Impert, Beata Łukasiewicz, Ewa Mościcka, Sylwia Orłowska, Milena Pawlak, Beata Przybyszewska-Kujawa, Anna Rędzio, Ola Rudzińska, Diana Rymuza, Maciej Śnieżek, Magdalena Więch, Paulina Wieczorek i Małgorzata Żebrowska-Piotrak.

4.3.2. Zawartość, czytelnicy, akcje

Na początku lat 90. młodzieżowe magazyny na niemieckich licencjach szokowały. Rodzice byli przyzwyczajeni do modelu prasy adresowanej do czterech poziomów rozwojowych uzależnionych od wieku dzieci. „Miś”, „Świerszczyk”, „Płomyczek” i „Płomyk” korespondowały z programem nauczania w szkołach. Kiedy więc zamiast tego pojawiły się magazyny o gwiazdach, z opowieściami o randkowaniu, makijażu i ciuchach, bez najmniejszego elementu edukacyjnego – chyba że z dziedziny erotyki – musiały wywoływać ogromne kontrowersje. [...] Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego nazwał je kalkami (kopiami) i miał wiele racji w takiej ocenie. Praktycznie w całości były to po prostu polskie tłumaczenia niemieckich oryginałów, co najwyżej spolszczano imiona i miejsca zamieszkania bohaterów fotostory czy listów do redakcji. Dopiero po jakimś czasie doszła polska muzyka i filmy. Mimo to nastolatki uwielbiały magazyny dla młodzieży³⁰.

W przytoczoną charakterystykę wpisywał się w pełni magazyn „Dziewczyna”; można zaryzykować stwierdzenie, że był on jednym z pierwszych, które wprowadziły modę na kolorowe młodzieżowe pisma „obrazkowe”.

²⁹ Za: T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 198–199.

³⁰ www.prasa.reproterzy.pl, październik 2010.

Zawartość pierwszego numeru wskazywała na charakter przyszłego periodyku, na którą składały się m.in. następujące działy, i poruszane w nich tematy: *Baw się razem z nami* (film, plakat, fotostory, nowelka), *Eros i Psyche* (*Twój sposób na niego*), *Fakty i faki* (*Plotki o gwiazdach*, *Pop news*, *Posłuchajcie dziewczyny*), *Kontakty* (*Zapytaj Gabi*), *Moda* (*Nocny styl*, *Miłość do dzinsu*), *Uroda* (*Makijaż: słodkie kolory*, *Nowe fryzury prosto z Hollywood*). Dużą popularnością cieszyła się rubryka *Posłuchajcie dziewczyny*, w której drukowano wybrane historie czytelników. Redakcja zachęcała, by opisywali oni zdarzenie, które im się przytrafiło, a które wywarło wpływ na ich życie; drukowane historie często opowiadały o miłości: szczęśliwej, i tej, która złamała serce bohatera. Autor wybranego tekstu otrzymywał honorarium wysokości 70 zł. Już w pierwszym numerze pojawiła się opowieść Sandry Erdmann z Bielefeld³¹; lead dobrze spełnił swą funkcję: „Miałam dopiero 15 lat, on 21 lat. Mimo wszelkich oporów kochaliśmy się – i zamieszkaliśmy razem. Czy naprawdę podjęliśmy słuszną decyzję?”³². Rubryka budziła wiele emocji, ale pojawiały się również głosy krytyczne. W jednym z listów poddano w wątpliwość prawdziwość przysyłanych historii: „Z pewnością dostajecie dużo opowiadań do >Posłuchajcie dziewczyny<, nic dziwnego – 70 zł! Oszaleliście! Większość ludzi je zmyśla i wysyła dla kasy. Wiemy to na własnym przykładzie”³³.

Dużą popularnością cieszyła się również rubryka porad, w różnym czasie rozmaicie tytułowana, np. *Zapytaj Gabi*, *Zapytaj Gośkę...* W 1998 r. pojawiła się *Półka z książkami*. W tym czasie proporcje pomiędzy informacjami na temat gwiazd polskich i zagranicznych były już niemal równe: donoszono zarówno o tym, co słyhać u Alici Silverstone, jakie są sposoby na blondynki według Gwyneth Paltrow, jak i przeprowadzano wywiady na przykład z Robertem Gawlińskim, Edytą Górniak czy Kasią Kowalską. Zwiększono liczbę tekstów, dotyczących relacji damsko-męskich, pojawiało się coraz więcej porad, dotyczących „udanego związku”, na przykład „Jak się z nim kłócić... ale nadal lubić?”, opisano „Dekalog Wielkiej Kusicielki”, radzono „Zanim się z nim umówisz... sprawdź czy warto!” [pis. oryg.].

Od numeru styczniowego w 1999 r. zmieniła się formuła periodyku, a wraz z nią nazwy działów i rubryk, choć tematyka poruszana na jego łamach pozostała niemal nie zmieniona. Teraz czytelnicy mieli do dyspozycji takie działy, jak: *Baw się z nami!*, *Dziewczyna i chłopak*, *Dziewczyny takie*

³¹ W tym czasie, o czym wcześniej wspomniano, zawartość periodyku składała się niemal w całości z przedruków tekstów, zawartych w niemieckiej wersji pisma. Znamienne jest to, że w stopce redakcyjnej magazynu w tym okresie poza nazwiskami redaktor naczelnej, jej zastępcy oraz danymi dotyczącymi redaktora technicznego pojawiał się zespół redakcyjny, który był w znacznym stopniu zespołem tłumaczy.

³² „Dziewczyna” 1991, nr 1, s. [72].

³³ „Dziewczyna” 1995, nr 9, s. 76.

jak ty, Idole, gwiazdy, hity, Moda, Temat miesiąca, Uroda, a niekiedy drukowano również reportaże. Elementem uzupełniającym zawartość pisma były plakaty z popularnymi gwiazdami ze świata filmu i muzyki, a także przedstawiające modeli.

Ponowne zmiany w strukturze magazynu pojawiły się, jak już wcześniej wspomniano, w drugim badanym roczniku: od numeru drugiego (2002) redakcja pisała:

Oddajemy w Wasze ręce nową, świeżutką, odmienioną „Dziewczynę”. Wychodząc na przeciw Waszym oczekiwaniom poszerzyliśmy ją o kilka odjazdowych rubryk. Jesteśmy podekscytowane, bo „Dziewczyna” wygląda tak...inaczej! Nówka sztuka! [...] Mamy nadzieję, że się Wam spodobaą rewolucje w gazecie i „Dziewczyna” pozostanie Waszą bardzo dobrą przyjaciółką³⁴.

Owe „odjazdowe rubryki” zmieniły swoje nazwy, czytelnicy mogli wybierać pomiędzy: *Beaty & co* (pielęgnacja, na przykład *łusta cera – twoja zmora?*), *Chwila dla Ciebie* (m.in. *wróżby, fotostory*), *Emocje* (poruszano w tym miejscu tematy tabu, na przykład pisano o homoseksualizmie) *Ona i on*, *Taka jak ty* [pis., oryg] (*pytania intymne*), *To się nosi* oraz *Wielki świat* (*plotki, na topie*). Struktura działów pozostawała w takiej formie do końca badanego okresu, modyfikowano jedynie wybrane rubryki, w tym poświęconą sprawom książki. Od numeru 3 w 2004 r. zmieniono nieco formę graficzną periodyku. Odtąd niemal każdy numer w 2005 r. otwierał aforyzm, przeważnie związany z miłością (na przykład „Kropla miłości znaczy więcej niż ocean rozumu”, Blaise Pascal; „Kobieta jest najslabsza, gdy kocha, a najsilniejsza, gdy jest kochana”, Gabriela Zapolska).

Do większości wydań dołączano „prezenty”, głównie kosmetyki lub biżuterię. Systematycznie rozbudowywano stronę internetową pisma, na której pojawił się m.in. spis zawartości numerów archiwalnych magazynu z lat 2001–2004, konkursy, a także linki, odsyłające do wybranych przez redakcję stron.

W porównaniu z wcześniej omówionym periodykiem, „Filipinką”, „Dziewczyna” nie zmieniała tak często swej formy, jednocześnie przez cały czas pozostając w zasadzie wierna tym samym założeniom. Magazyn, wydawany na licencji, sprawdzony w wielu innych krajach, praktycznie nie wymagał transformacji, co było konsekwencją faktu, że to właśnie do takich magazynów-„kalek”, jak „Dziewczyna”, pozostałe pisma młodzieżowe w Polsce musiały się dostosować, a nie na odwrót.

W magazynie, w każdym okresie jego historii odnaleźć można było „pomysły na odlotowe fryzury”, „miks kolorowych ciuchów”, „wielki świat”,

³⁴ „Dziewczyna” 2002, nr 2, s. [3].

odpowiedzi na „pytania intymne” i rady, jak wygrać „wojnę płci”. Jednocześnie redakcja obiecywała: „robić wszystko, by >Dziewczyna< była coraz ładniejsza i coraz ciekawsza. Chcemy, żeby każdy numer był przez Was oczekiwany z niecierpliwością!”³⁵

Temu celowi służyły także liczne konkursy i akcje, inicjowane przez miesięcznik. Większość z nich miała podobny charakter, wpisując się w formułę pisma, nawiązywała bowiem przeważnie do spraw związanych z modą i urodą.

Jednym z pierwszych był konkurs *Dziewczyna na okładkę*, organizowany od 1991 r. Jego sponsorem była agencja modelek „Mega Models” z Hamburga. Czytelniczki zapraszano do wypełnienia załączonego do danego numeru magazynu kuponu, a następnie wybrane zapraszano na sesję zdjęciową, w czasie której wyłanianio finalistki. Dla laureatki przewidywano stypendium oraz pobyt w Hamburgu wraz z sesją zdjęciową³⁶. Podobny charakter miał konkurs *Dziewczyna „Dziewczyzny”*, organizowany wraz z jedną z agencji modelek (w poszczególnych latach byli to różni partnerzy), w którym spośród przysłanych przez czytelniczki zdjęć, jury wybierało *Dziewczynę Miesiąca*. I tu nagrodą dla laureatki była m.in. profesjonalna sesja zdjęciowa, sprzęt muzyczny oraz kosmetyki. Konkurs trwał przez 12 miesięcy, po których wybierano *Dziewczynę Roku*³⁷. Kolejna inicjatywa, tym razem organizowana wspólnie z jednym z producentów kosmetyków, opierała się na podobnych zasadach: wypełnienie załączonego kuponu, dołączenie doń swojego zdjęcia, etapy (krajowy i zagraniczny), finał w Niemczech, nagroda – kontrakt z firmą sponsorującą konkurs. Organizowano również (wspólnie z Bankiem Twarzy) akcję *Serialowa Dziewczyna*, w której zadaniem czytelniczek było napisanie dalszego ciągu telewizyjnego serialu *M jak miłość*. Spośród wszystkich nadesłanych „scenariuszy” jury przyznawało nagrody, wśród których pierwszą był udział w jednym z epizodów w filmie, drugą – przygotowanie przez profesjonalistów portfolio; przewidziano także liczne nagrody pocieszenia.

Innym pomysłem był konkurs *Bazarek Dziewczyzny*, w ramach którego proponowano różnorakie konkursy, na przykład zadaniem czytelniczek było zaprojektowanie wymarzonej, oryginalnej, a zarazem odważnej kreacji, zgodnej z aktualnymi trendami³⁸, opisanie pomysłu na ciekawą imprezę, zorganizowaną na świeżym powietrzu³⁹.

³⁵ „Dziewczyna” 2005, nr 1, s. [3].

³⁶ „Dziewczyna” 1991, nr 6, s. [34].

³⁷ Zob. np. „Dziewczyna” 2001, nr 1, s. [21].

³⁸ „Dziewczyna” 2001, nr 1, s. 80.

³⁹ „Dziewczyna” 2001, nr 5, s. 67.

Inicjowano również rozmaite akcje jak na przykład *Chłopak od Serca*. Chętni czytelnicy, prezentujący silniejszą płęć, przysyłali do redakcji swoje zgłoszenia: zdjęcie wraz z krótką charakterystyką (znak zodiaku, hobby, odpowiedź na pytanie: co mi się podoba u dziewcząt?, ewentualnie wykonywany zawód) oraz adresem do korespondencji. Redakcja miała nadzieję, że „akcja serduszko” pomoże nawiązać pomiędzy czytelnikami przyjaźń, a może i miłość⁴⁰. Przedsięwzięcie, zainicjowane w pierwszym numerze w 1993 r., kontynuowano w kolejnych wydaniach, proponując przysyłanie zgłoszeń także czytelniczkom. Innym pomysłem była akcja *Chłopak na plakat*. Spośród prezentowanych na łamach magazynu mężczyzn, czytelniczki wybierały jednego i oddawały nań swój głos na załączonym do danego numeru kuponie. Wybraniec zapraszany był na sesję zdjęciową, stając się jednocześnie bohaterem plakatu, zamieszczanego w piśmie⁴¹.

Miesięcznik wydawał również wspomnianą już płytę CD (wcześniej także kasetę magnetofonową) z muzyką disco i pop, zatytułowaną *Mega pop-dance Dziewczyna*. Kolejne edycje ukazywały się w okresie letnim, zawierały składankę popularnych przebojów.

Te oraz inne konkursy i akcje, systematyczne i jednorazowe, wpisywały się w charakter omawianego magazynu, co więcej, odpowiadały gustom czytelników pisma, adresowanego do nieco starszej grupy odbiorców niż „Filipinka”. „Dziewczyna” kierowana była do młodzieży szkolnej w wieku 15–19 lat. Propagowała określony wizerunek nowoczesnych nastolatków, w pewnym sensie rządząc ich gustami⁴². Zawartość tytułu w pełni odpowiadała „prasie obrazkowej” tamtego okresu. Jak pisał Jerzy Jarowiecki, „pismom tym [...] zarzuca się dominację formy nad treścią, lansowanie wątków erotycznych, brak refleksji nad prawdziwymi uczuciami”⁴³. Periodyki tego typu przemawiały przede wszystkim przekazem wizualnym, nie zaś słownym. Brakowało w nich elementów edukacyjnych, widocznych chociażby na łamach „Filipinki”. Jak stwierdził jeden z autorów tygodnika „Polityka”: „>Dziewczyna< nic nie daje, tylko schlebia i przytakuje”⁴⁴.

Miesięcznik ten starał się, choć w szczątkowej formie, prezentować także informacje związane z szeroko pojętą kulturą. W większości dotyczyły one świata muzyki i filmu, jednak wyodrębniono również oddzielną rubrykę poświęconą książce.

⁴⁰ Zob. np. „Dziewczyna” 1993, nr 1, s. 16.

⁴¹ Zob. np. „Dziewczyna” 1994, nr 12, s. [8].

⁴² Zob. np. P. T. Nowakowski, *Modele człowieka propagowane w wybranych czasopiśmiech młodzieżowych. Analiza antropologiczno-etyczna*, Maternus Media, Tychy 2002, s. 166–168; D. Pauluk, A. Sojka, *Wizerunek nowoczesnej dziewczyny na łamach czasopism młodzieżowych wobec chrześcijańskiego ideału kobiety*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 188–196.

⁴³ J. Jarowiecki, za: <http://wkajt.republika.pl/anapi/roz1.htm>, październik 2010.

⁴⁴ „Polityka” 1995, nr 9, s. 28.

Należy jednak już w tym miejscu zasygnalizować, że podstawowa forma informacji o literaturze, czyli recenzja wybranych lektur, prezentowana była w dużej części w charakterystyczny dla periodyku sposób: zwięzły i powierzchowny. Lapidarne w swej formie wzmianki miały niewiele wspólnego z definicją recenzji, w której powinny pojawić się trzy podstawowe elementy: informacja, komentarz i ocena. Lakoniczne opisy treści proponowanej książki, jednowyrazowa ocena i brak jej uzasadnienia oraz rzetelnej analizy danego tytułu to dominujące cechy owych omówień. Pojawiały się jednak także prezentacje książek, które zasługiwały na miano recenzji, stąd, podobnie jak było to w przypadku miesięcznika „Filipinka”, i tu zdecydowano się przedstawić je w jednej grupie, jako recenzje, omówienia i streszczenia, zaliczając do tej grupy także zbliżone do recenzji formy prezentacji książki.

4.3.3. *Batman zamiast Sienkiewicza*⁴⁵: książka na łamach pisma

Opisany powyżej charakter periodyku wpływał także na stopień zainteresowania redakcji tematykę literacką. Był on niewielki, szczególnie w kontekście liczby informacji związanych z innymi zagadnieniami, składającymi się na problematykę kulturalną, poruszaną w magazynie. Kwestie związane z muzyką i filmem jakkolwiek były, podobnie jak te dotyczące książki, prezentowane w postaci minimalnych informacji prasowych, zapowiedzi, niewielkich objętościowo recenzji, to jednak znacznie przewyższały pod względem ilościowym podobne formy nawiązujące do spraw dotyczących literatury.

Dział kulturalny zajmował przez cały badany okres średnio 4 strony w ostatniej części pisma⁴⁶. Od numeru 1 (2001) do wydania styczniowego włącznie w roku następnym nosił tytuł *Idole, gwiazdy, hity*, zaś rubrykę, w której zamieszczano także informacje związane z książką, nazwano *Na topic: muzyka, kino, wideo, książki*⁴⁷. Drukowano w niej, obok informacji dotyczących filmu, także omówienia (od 1 do 3⁴⁸). Jedna z nich anonsowana była w trzech pierwszych numerach jako *Fajna lekturka*. W kolejnych wydaniach zrezygnowano z tej zapowiedzi, drukując recenzje książek obok

⁴⁵ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Dziewczyna” 2002, nr 6, s. [22]–[23].

⁴⁶ Jakkolwiek nazwa działu i jego forma nie ulegały tak częstym zmianom, jak było to w przypadku „Filipinki”, postanowiono jednak, zachowując konsekwencję w obrębie opisywanej prasy młodzieżowej, omówić w tym miejscu modyfikacje związane z tą częścią periodyku. W podrozdziale zdecydowano się na zamieszczenie bardziej szczegółowych informacji, w oparciu o przywołane przykłady.

⁴⁷ Nazwa działu pojawiała się w podanej formie w spisie treści, natomiast wewnątrz numeru ograniczano się do podania częściowej nazwy rubryki (*Na topic*).

⁴⁸ Dane odnoszą się do recenzji odredakcyjnych.

omówień filmów (pojawiających się w obrębie oddzielnego modułu jako *Kino w domu*).

W numerze 2 (2002) nazwę działu zmieniono na *Wielki świat*, pozostawiając wcześniejszą nazwę rubryki⁴⁹, modyfikując jednak jej formę graficzną. Obok informacji związanych z filmem, pojawiły się recenzje (od 5 do 7): cztery z nich anonsowano pytaniem: *Co czytają dorośli?*, jedną drukowano bez wprowadzającej zapowiedzi. Do numeru 5 (2002) włącznie dodatkowo pojawiała się krótka opinia znanej osoby na temat wybranej przez nią lektury (*Do poduchy*). Od wydania czerwcowego zarzucono jednak tę formę promocji, i odtąd aż do numeru 3 w 2004 r., poza niewielkimi modyfikacjami⁵⁰, strona poświęcona m.in. prezentacji książek pozostawała niezmienna.

W wydaniu marcowym (2004), pozostawiając tę samą nazwę działu⁵¹, zmodyfikowano formę prezentacji jego zawartości. Pod tytułem zapowiadającym informacje dotyczące filmu i książki jednorazowo pojawiło się hasło *Musisz to mieć!*, w odniesieniu do jednej z proponowanych książek, natomiast pozostałe cztery omówienia wydrukowano tym razem bez dotychczasowego wskazania na to, *Co czytają dorośli?* W jego miejsce, od kolejnego, kwietniowego numeru, pojawił się tytuł *Z górnej półki*. Zamieszczano tu nadal cztery recenzje, obok których pojawiało się dodatkowo jeszcze jedno omówienie. Taka postać interesującej nas rubryki utrzymała się do wydania styczniowego w 2005 r. Numer lutowy przyniósł ostatnią w badanym okresie zmianę. Informacje kulturalne w dalszym ciągu zamieszczano w dziale *Wielki świat*, w rubryce *Na topic: Filmy, książki* [nazwy, które pojawiały się w spisie treści], wewnątrz numeru występujące pod tytułem *Na topic: Kino & DVD & Książki*, ale recenzje otrzymały dodatkowy podtytuł: prezentowano je odtąd jako *Nowości książkowe*. Nadal przedstawiano pięć książek.

Podobnie, jak wiele innych informacji drukowanych na łamach pisma, także i te odnoszące się do książek nie były bezpośrednio podpisywane. Jednak na stronie pojawiała się informacja dotycząca osoby, która je przygotowała. W 2001 r. można odnaleźć inicjały („em”), w następnym roczniku obok nich pojawiało się sporadycznie imię „Aśka” [Joanna Chati-

⁴⁹ W spisie treści rubryka widniała pod nazwą: *Na topic: Kino, wideo, książki*, niekiedy oddzielnie pojawiało się *Na topic: Muzyka*. Wewnątrz numeru strona, na której drukowano recenzje książek, nosiła tytuł *Wideo, książki*.

⁵⁰ Modyfikacje polegały na częściowej zmianie (od numeru grudniowego w 2002 r.) nazwy rubryki wewnątrz numeru. Pojawił się tytuł: *DVD, książki*, natomiast ze spisu treści zniknęła zapowiedź dotycząca książek. Zmieniało się również rozmieszczenie omówień na stronie.

⁵¹ W spisie treści powróciła zapowiedź książek, anonsowana wspólnie z filmem (*Na topic: Filmy, książki*), natomiast wewnątrz numeru strona rozpoznawalna była jako *Na topic DVD & książki*. Od numeru 5 w 2004 r. nazwę rubryki poszerzono, i odtąd brzmiała ona: *Na topic: Kino & DVD & Książki*.

zow] lub samodzielnie „Dona” [Donata Cieślak] i „Sylwia” [Sylwia Tuken-dorf-Ceglarska], od numeru 10 (2002) dołączyła do nich „Magda” [Magdalena Więch?, Magdalena Wilmann?], która do numeru wrześniowego w 2003 r. podpisywała się już jako jedna osoba, przygotowująca dane informacje. W kolejnych wydaniach zastąpili ją „Maciek”⁵² (październik 2003 r., 12 następnym numerów w 2004 r. oraz numery 1–12 w 2005 r.) [Maciej Śnieżek] oraz „Arturio” (grudzień 2003 r.), „arti” (numer 13 w 2004 r.).

Podobnie, jak było to w przypadku „Filipinki”, tak i tu przeważającą formą informacji o książce były ich omówienia. Jednakże poza nimi odnaleźć można także inne kategorie obejmujące interesującą nas problematykę. Ich liczbę zaprezentowano w tabeli 65.

Tabela 65. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje, omówienia, streszczenia	268 ^a
Wywiady	brak
Reklamy książek	173
Sylwetki/portrety	7
Artykuły, poświęcone sprawom książki	3
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje znanych dzieł	35
Konkursy i akcje	22
Listy bestsellerów	11
Listy czytelników, nawiązujące do informacji związanej z książką	4
Inne ^b	166
Ogółem	689

^a W tej liczbie podano wyłącznie recenzje odredakcyjne. Poza nimi, na łamach pisma pojawiły się kilkakrotnie opinie znanych osób na temat wybranych przez nich książek, zamieszczane w ramach sporadycznie pojawiającego się cyklu *Co czytają gwiazdy?* (np. 2001, nr 1), lub podobnego w swej formule cyklu *Do poduchy* (np. 2002, nr 5, s. [75]), *Co czyta...* (np. 2003, nr 1). Zostały one przedstawione w dalszej części rozdziału (podrozdz. *Wiedźmin czy Winicjusz? Inne formy informacji o książce*).

^b Do kategorii Inne zaliczono w tym przypadku aforyzmy, opowiadanie, minikomiks oraz fotostory, drukowane na łamach magazynu, a także kilkudzaniowe wzmianki, nawiązujące do problematyki, dotyczącej spraw książki.

Źródło: badania własne.

Najbardziej zaskakujący wydaje się być brak wywiadów z pisarzami lub innymi osobami, związanymi chociażby pośrednio z literaturą. Interesujące są także dane dotyczące liczby portretów twórców i tekstów, poświęconych

⁵² Od wydania majowego w 2005 r. zaczęto zamieszczać jego zdjęcie, ujawniając przy okazji nazwisko (Śnieżek). Odtąd czytelniczki pisma swoje uwagi na temat rubryki mogły kierować bezpośrednio do niego, na podany adres e-mailowy.

problematyce literackiej lub wydawniczej. W pierwszym przypadku w trakcie 5 lat zaledwie siedmiokrotnie zaprezentowano sylwetkę osoby związanej (zresztą w sposób pośredni) z książką. Natomiast tylko trzykrotnie pojawiła się publikacja, którą można zaliczyć do grupy tekstów nawiązujących do zawartego w tytule książki tematu.

Liczyby te stają się szczególnie znamienne w kontekście znacznie ich przewyższających pod względem ilości analogicznych publikacji, prezentujących inne zagadnienia, zaliczane przez redakcję do kulturalnych. Bohaterami wielu portretów byli aktorzy i piosenkarze, zaś kwestie związane z modą, relacjami damsko-męskimi zdominowały większość artykułów, drukowanych na łamach opisywanego periodyku.

W takim świetle stosunkowo duża liczba recenzji, omówień i streszczeń książek wydaje się nabierać szczególnego znaczenia, aczkolwiek należy pamiętać o podanym wcześniej zastrzeżeniu dotyczącym tej formy informacji.

4.3.3.1. *Proste życie*⁵³: miejsce recenzji w układzie pisma

W badanym okresie na łamach „Dziewczyny” ukazało się **268** recenzji, omówień i streszczeń książek. W tabeli 66 przedstawiono ich liczbę w poszczególnych latach.

Tabela 66. Recenzje, omówienia i streszczenia książek zamieszczane na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji, omówień i streszczeń
2001	17
2002	64
2003	62
2004	65
2005	60
Ogółem	268

Źródło: badania własne.

Największa dysproporcja w liczbie omówień książek wystąpiła pomiędzy pierwszym a pozostałymi badanymi rocznikami. W 2001 r. liczba recenzji była niemal czterokrotnie mniejsza niż w roku następnym. Fakt ten wiązał się przede wszystkim ze zwiększeniem systematyczności zamieszczania tej formy informacji o książce w roku następnym. Zmiana postaci rubryki recenzyjnej wpłynęła wyraźnie na wzrost liczby prezentowanej w niej lektur. Pierwsze zmiany w tym zakresie prezentują wybrane przykłady (zdjęcie 170–173).

⁵³ Tytuł jednej z recenzji, zob. „Dziewczyna” 2004, nr 6, s. [83].



Zdjęcie 170. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny” 2001, nr 2, s. [69]



Zdjęcie 171. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny” 2001, nr 8, s. [69]



Zdjęcie 172. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2002, nr 3, s. [77]



Zdjęcie 173. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2003, nr 11, s. 83

Niezależnie od wprowadzanych zmian, strona, na której zamieszczano także omówienia książek, pozostawała niezwykle barwna. Poza względami estetycznymi kolor pozwalał wyodrębnić poszczególne informacje, wyraźniej je od siebie oddzielając. Interesujące wydaje się spostrzeżenie, że przez cały badany okres recenzje książek dzieliły stronę z prezentacją filmów. Niekiedy zresztą informacje te w pewnym stopniu pokrywały się, gdy na przykład omawiana była ekranizacja znanej powieści. W 2002 r. pojawiły się symbole, oznaczające ocenę proponowanych lektur i oddzielne dla opinii na temat przedstawianych filmów. Podobnie, jak było to na łamach „Filipinki”, także i tu czytelnik mógł odnieść wrażenie, że redakcji zależy przede wszystkim na maksymalnym wykorzystaniu wolnego miejsca w piśmie. Pomędzy poszczególnymi modułami pozostawiono niewiele światła, co wzmagало wrażenie wielości zamieszczonych informacji, a kolorowe kopie okładek, zdjęcia aktorów, kadry z filmów, nierzadko zamieszczane w tym miejscu reklamy sprawiały, że prezentowane strony do złudzenia przypominały komiks lub książkę z kolorowymi obrazkami i niewielką ilością tekstu. Jednocześnie były one (mimo wszystko) bardziej czytelne w odbiorze niż analogiczne strony „Filipinki”. Komponowały się z całą zawartością omawianego magazynu, widać było także większy profesjonalizm w ich przygotowaniu. Przejawiało się to na przykład w różnej prezentacji kopii okładek proponowanych lektur: niekiedy zdjęcie przedstawiało książkę ustawioną grzbietem do czytelnika, innym razem była to książka otwarta albo leżąca grzbietem do góry, zdarzało się, że obok recenzji umieszczano zdjęcie kilku tomów położonych obok siebie, okładkami w stronę czytelnika – te zabiegi urozmaicały odbiór prezentowanych treści, wprowadzały element różnorodności, ale nie przesytu, jak było to w przypadku wcześniej prezentowanego pisma.

Zmiana, która nastąpiła w 2002 r., ułatwiła odnalezienie omówień książkowych: informacje zostały uporządkowane, przydzielone do poszczególnych grup i kategorii.

Czytelnicy przez kilka miesięcy przyzwyczajali się do takiej formy opisywanej strony, jednak od numeru 3 (2004) zaproponowano im jej zmodyfikowaną postać. Przeobrażenia te nie miały rewolucyjnego charakteru, zmieniały głównie rozmieszczenie informacji na stronie i nazwę jednej z rubryk (*Co czytają dorośli* → *Z górnej półki*). Idea pozostała jednak ta sama: nadal omawiano cztery książki w jednej grupie, jeden z tytułów zaś prezentowano oddzielnie. Większe zmiany wprowadzono, jak już wyżej wspomniano, od numeru 2 w 2005 r. Informacje odnoszące się do filmu i książki, w dalszym ciągu pozostające na tej samej stronie, ujęto w wyraźnie oddzielone od siebie szpalty, aczkolwiek założonego porządku nie udało się utrzymać zbyt długo. Przywołane zmiany przedstawiają przykłady – zob. zdjęcia 174–176.



Zdjęcie 174. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2004, nr 3, s. 75



Zdjęcie 175. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2004, nr 10, s. [77]



Zdjęcie 176. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”
„Dziewczyna” 2005, nr 7, s. 77

Wydaje się, że w miarę wprowadzanych zmian wspomniana wcześniej czytelność strony ulegała zmniejszeniu. Chociaż od numeru 2 (2005) podjęto próbę uporządkowania informacji, to została ona jednak szybko zastąpiona przez tendencję do nagromadzenia w jednym miejscu wielu informacji, jak widać to na zdjęciu 176. Dzięki jednak wyraźnemu zaznaczeniu tytułów poszczególnych kategorii (Nowości DVD, Nowości książkowe, Same hity) do pewnego stopnia udało się redakcji uniknąć męczącego dla czytelnika chaosu. Jednocześnie prezentacja książki została zminimalizowana do dwóch zdań, przyjmując tym samym charakter wzmianki, jeszcze bardziej odległej od recenzji, niż było to w przypadku wcześniej omawianego periodyku, „Filipinki”. Sygnalizowano jedynie istnienie danego tytułu, poprzez dwuzdaniowe streszczenie, pozbawione innych cech, charakterystycznych dla tak ambitnej formy informacji, jaką jest recenzja.

Pojawiła się wówczas po raz pierwszy (od wydania lutowego) swego rodzaju lista bestsellerów, czyli *Ranking książek* i *Ranking dvd*. Towarzyszył on tej rubryce do końca badanego okresu. Przez cały czas interesujące nas zestawienie obejmowało pięć pozycji, przygotowanych na podstawie wyników sprzedaży w salonach Empik. W wykazie znajdowały się takie elementy, jak: imię i nazwisko autora, tytuł książki oraz jej wydawca.

Niezależnie od zmian, rubryka oddawała charakter periodyków młodzieżowych wydawanych w tym czasie przez zagraniczne koncerny. Były

one niemal wiernymi kopiami magazynów zachodnich, a „Dziewczyna”, jako polska wersja niemieckiego pisma, nie odbiegała od tych standardów. Zaletą tego faktu pozostawał wspomniany wyżej widoczny od strony graficznej profesjonalizm, który zapobiegał szumowi informacyjnemu, wyraźnemu w przypadku analogicznej rubryki, drukowanej na łamach „Filipinki”, szczególnie w okresie, gdy jej właścicielem pozostawało Wydawnictwo Prasowe „Twój Styl”. Wadą zaś było prezentowanie wybranych lektur w sposób powierzchowny, informacyjno-reklamowy, zdecydowanie bliższy krótkim, telegraficznym wzmiankom niżli ambitnym recenzjom, zawierającym rzetelną informację, głębszą analizę i uzasadnioną ocenę. Na przykładzie omawianego miesięcznika widać wyraźnie zmianę podejścia redakcji do tej formy informacji o książce, degrengoladę znaczenia recenzji, jej funkcji, którą powinna spełniać. Zastąpiona przez pospieszną, pobieżną informację wpisywała się jednak w politykę pisma, jego zawartość i, jak się zdaje, oczekiwania (nierzadko nawet nie uświadomione) młodego odbiorcy.

4.3.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady⁵⁴

W ciągu 5 lat w zamieszczanych na łamach pisma omówieniach pojawiło się **227** nazwisk pisarzy, w tym 161 autorów obcych i zaledwie 66 polskich⁵⁵ (zob. Aneks 50. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005). Kilkakrotnie sięgnięto po książkę tego samego autora. W tabeli 67 zaprezentowano nazwiska tych twórców, którzy gościli w recenzjach minimum trzy razy.

Tabela 67. Nazwiska pisarzy, którzy pojawili się w recenzjach książek przynajmniej trzykrotnie na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Terry Pratchett	6	<i>Bogowie, honor, Ankh-Morpork</i> <i>Kapelusz pełen nieba</i> <i>Ostatni bohater</i> <i>Wiedźmikołaj</i> <i>Wolni ciutludzie</i> <i>Wyprawa czarownic</i>
Stephen King	4	<i>Mroczna wieża I: Roland</i> <i>Pieśń Susannah</i> <i>Rok wilkołaka</i> <i>Wszystko jest względne</i>

⁵⁴ Podrozdział obejmuje wszystkie recenzje odredakcyjne, zamieszczone w periodyku, bez względu na ich lokalizację.

⁵⁵ W trzech przypadkach zabrakło nazwiska autora.

Tabela 67 (cd.)

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Meg Cabot	3	<i>Kiedy chłopak poznaje dziewczynę</i> <i>Pamiętnik księżniczki (x2)</i>
Paulo Coelho	3	<i>Demon i panna Prym</i> <i>Jedenaście minut</i> <i>Weronika postanawia umrzeć</i>
John Grisham	3	<i>Król afer</i> <i>Ostatni sędzia</i> <i>Wezwanie</i>
Yann Martel	3	<i>Historia rodziny Roccamatio</i> <i>Ja</i> <i>Życie Pi</i>
Eric Emmanuel Schmitt	3	<i>Dziecko Noego</i> <i>Oskar i pani Róża</i> <i>Pan Ibrahim i kwiaty Koranu</i>
Krystyna Siesicka	3	<i>Gorzkie słodkie pocałunki</i> <i>...Nie ma z kim tańczyć...</i> <i>Wróć, Aleksandrze!</i>
Alexander McCall Smith	3	<i>Kobieca Agencja Detektywistyczna Nr 1</i> <i>Moralność dla pięknych dziewcząt (x2)</i>
Izabela Sowa	3	<i>Cierpkość wiśni</i> <i>Herbatniki z jagodami</i> <i>Smak świeżych malin</i>

Źródło: badania własne.

Większość nazwisk, które pojawiły się w powyższym zestawieniu, znana była z list bestsellerów. Byli to autorzy, tworzący literaturę popularną, chociaż nie zawsze tylko dla młodzieży, jednocześnie reprezentujący różne gatunki: T. Pratchett, twórca znanego *Świata Dysku*, S. King, „król horroru”, a z drugiej strony: K. Siesicka, autorka znana wielu pokoleniom dziewcząt, I. Sowa, przedstawicielka „młodego pokolenia” – tworzą kalejdoskop twórców, których książki proponowano czytelniczkom „Dziewczyny”.

Tezę tę w znacznej mierze potwierdza również zestawienie autorów, których nazwiska pojawiły się w omówieniach dwukrotnie. Wśród nich znaleźli się m.in. Grażyna Bąkiewicz, Maria Budzyńska, Agatha Christie, Marta Fox, Katarzyna Grochola, John Irving, Irena Matuszkiewicz Hanna Ożogowska, Joanne K. Rowling, Andrzej Sapkowski, William Wharton. Kryminały, powieści o miłości, książki o perypetiach bohaterów, będących w wieku czytelniczek pisma, ale i jednocześnie powieści fantasy, bestsellery na miarę *Harry Pottera* czy *Ptaśka* składały się na zróżnicowaną ofertę, w większości odpowiadającą wiekowo adresatowi periodyku.

Recenzenci pisma częściej, niż było to w przypadku „Filipinki”, sięgali kilkakrotnie po książki tego samego autora, nadto znaczna część tytułów

odpowiadała w tym przypadku młodemu odbiorcy, jakim były czytelniczki pisma.

Gros prezentowanych książek stanowiły powieści, wśród których nie brakowało horrorów, kryminałów, książek sensacyjnych, także z gatunku fantasy. Jednakże większość proponowanych tytułów stanowiły powieści o życiu nastolatków, ich problemach, pierwszej miłości. Zaledwie kilka razy sięgnięto po opowiadania (na przykład *Uczta Babette i inne opowieści...* Karen Blixen, *Upoważnienie do szczęścia* Katarzyny Grocholi) i tylko raz zaproponowano poezję (*Zebrane z powietrza* Krzysztofa Pieczyńskiego).

Recenzje, streszczenia i omówienia zajmowały od jednego, poprzez kilka, do (najrzadziej) kilkunastu zdań. Krótsze omówienia znajdowały się w module zatytułowanym najpierw *Co czytają dorośli?*, a następnie anonsonowanym jako książki *Z górnej półki*. Nieco dłuższymi omówieniami na stronie były zazwyczaj te, które pojawiały się poza tą grupą. Wszystkie uzupełnione były kopiami okładek proponowanych książek i podstawowymi danymi bibliograficznymi (autor, tytuł, wydawca). W wielu przypadkach tytuł książki był jednocześnie tytułem recenzji. Nie były one podpisywane; jak już wspomniano, w większości na stronie, na której obok informacji o książkach zamieszczano także opisy filmów, pojawiało się imię osoby, która je przygotowała (na przykład Magda, Maciek). Jak odnotowano wcześniej, dopiero od numeru majowego w 2005 r. zdecydowano się ujawnić nieco więcej szczegółów, i tak czytelniczki dowiedziały się, że daną stronę przygotowywał Maciek Śniezek.

Omówienia składały się zazwyczaj ze zwięzłego streszczenia głównego wątku proponowanej książki (od numeru 4 w 2004 r. do wydania styczniowego rok później włącznie przy informacji o książce, znajdującej się poza wspomnianą grupą pojawiało się przy tej okazji pytanie: *O co tu chodzi?*). Oto kilka przykładów:

Kit Watson właśnie przeprowadził się do Stoneygate. Kit niezbyt dobrze czuje się w nowym miejscu. Pewnego dnia w szkole zaczepia go John Askew. Opowiada mu niezrozumiałe historie i oferuje udział w niebezpiecznej grze związanej z pewną katastrofą, która to miała miejsce wiele lat temu...⁵⁶.

Chiny. Rządy Mao i rewolucja kulturalna. Na tym tle rozgrywa się dramatyczna, zakończona samobójstwem, historia pięknej dziewczyny...⁵⁷

lub w sposób jeszcze bardziej lapidarny:

Życie maturzystki Maliny jest poplątane. Dziewczyna marzy o odrobinie spokoju, ale nie pozwalają jej na to odkryte przez nią rodzinne tajemnice...⁵⁸.

⁵⁶ „Dziewczyna” 2001, nr 3, s. [69].

⁵⁷ „Dziewczyna” 2002, nr 9, s. [79].

⁵⁸ „Dziewczyna” 2002, nr 11, s. [83].

Major Paul Brenner z wydziału śledczego armii USA, prowadzi dochodzenie w sprawie zabójstwa pięknej kapitan Anne Campbell⁵⁹

czy podobnie lakonicznie:

Dziewczyna z małego miasteczka zdobywa posadę w redakcji prestiżowego pisma o modzie...⁶⁰.

Niekiedy pomijano ten zabieg, zastępując go pytaniami, na które odpowiedź miała dać proponowana książka. Tego typu zachęcający chwyt zastosowano na przykład przy przywołaniu książki Roberta Ludluma: „Dlaczego kolega głównego bohatera książki, Bena Hartmana, spotkany przypadkowo (?) na ulicy w Zurychu zaczyna do niego strzelać? Kto dybie na bankiera? Co to jest Sigma? Odpowiedzi w książce!”⁶¹ albo proponując sięgnięcie po *Trzeci cud* Richarda Vetere`a: „Czy zdarzają się jeszcze cuda? A może te najważniejsze dzieją się w nas samych? Wątpiący i poszukujący – to książka dla Was!”⁶², lub przywołując *Ptaka, który zwiastował trzęsienie ziemi* S. Jones: „Żyjąca w Japonii Angielka podejrzana jest o zamordowanie przyjaciółki. Czy mogła to zrobić?”⁶³.

Czasem łączono obydwie elementy, jak w przypadku *Czerwonych liści* P. Simons:

W lesie zostają znalezione zwłoki studentki, Cristiny... Brzmi nieźle? Czytajcie dalej. Ciało przeleżało w śniegu 9 dni. Robi się straszniej? Żaden z kolegów nie zgłosił jej zniknięcia... I co, przeczytacie?⁶⁴

czy *Inków* Antoine`a B. Daniela:

Anamaya, duchowa strażniczka imperium i hiszpański szlachcic Gabriel, który przybył podbić Peru, zakochują się w sobie. Co zwycięży: miłość czy polityka?⁶⁵

Podobnie było w odniesieniu do wielu innych książek, na przykład powieści M. Budzyńskiej *Chłopakom, których kiedyś kochałam...*:

Dominika została ofiarą Michała – zabójczo przystojnego blondasa, który ma...same zalety. Według niej, oczywiście. A w końcu to ta pierwsza, najprawdziwsza miłość w życiu bohaterki. Ale czy dziewczyna też podoba się Michałowi?⁶⁶

⁵⁹ „Dziewczyna” 2004, nr 5, s. [83].

⁶⁰ „Dziewczyna” 2004, nr 7, s. [75].

⁶¹ „Dziewczyna” 2002, nr 7, s. [77].

⁶² „Dziewczyna” 2003, nr 1, s. [77].

⁶³ „Dziewczyna” 2004, nr 11, s. [81].

⁶⁴ „Dziewczyna” 2002, nr 6, s. [77].

⁶⁵ „Dziewczyna” 2002, nr 11, s. [83].

Nierzadko (szczególnie w przypadku omówień spoza grupy reprezentującej tytuły *Z górnej półki*, a wcześniej określane pytaniem *Co czytają dorośli?*) jako zachętę, która miała służyć sięgnięciu po proponowany tytuł, zamieszczano fragment polecanej książki. Jak już wspomniano, w tych recenzjach streszczenia fabuły bywały nieco dłuższe, ale nawet wtedy nie przekraczały kilku, rzadziej kilkunastu zdań:

Główny bohater to 16-letni Michał, skate lubujący się w potyczkach słownych. Pasjonuje się sportem i grami komputerowymi, więc rodzice przepowiadają mu rychłą karierę ochroniarza. Kumple go uwielbiają, a nauczyciele przeciwnie. To pełna błyskotliwych dialogów powieść o poszukiwaniu swojego miejsca w świecie⁶⁷.

Buba jest nastolatką, która ma w życiu wielkiego farta. Jej rodzina jest jakby żywcem wzięta z kina familijnego: kochający rodzice, zakręcony dziadek i gosposia tworzą wraz z Bubą (i psem) zgrany zespół. W sprawach sercowych dziewczynie także dopisuje szczęście – stara się o nią aż dwóch kandydatów... Taką książkę dobrze jest od czasu do czasu przeczytać po to, by uwierzyć, że świat nie jest wcale taki zły. `Buba` to dobry sposób na największą nawet chandrę⁶⁸.

Podobnie jak w przykładzie podanym powyżej, ocena proponowanego tytułu pojawiała się niekiedy w samym jego omówieniu, zaś od wydania lutowego w 2002 r. wprowadzono na stałe symbole oddające odczucia recenzenta po przeczytaniu polecanej książki, umieszczane obok recenzji. Odtąd, do numeru 2 w 2004 r. włącznie, proponowane tytuły zaliczono do jednej z czterech kategorii: pojawiała się zatem książka, którą „Przeczytasz jednym tchem” (symbol „kciuka”)⁶⁹, tytuł, przed którym ostrzegano czytelniczki, „Nie da ci zasnąć” (komentarz odzwierciedlał symbol oka), książka, której „Głupio nie znać” (temu stwierdzeniu odpowiadał symbol lupy) oraz lektura „Wyłącznie dla moli książkowych” (oznaczona małym stosem książek). W 127 recenzjach, które pojawiły się w tym czasie i przy których umieszczono jeden z umownych znaków, najczęściej proponowano książki, na które (według recenzenta) nie szkoda było czasu: w 57 przypadkach obiecywano „Przeczytasz jednym tchem”, w 42 książka miała „Nie dać ci zasnąć” i tylko w 9 pojawiała się delikatna krytyka, wyrażona określeniem „Wyłącznie dla moli książkowych”. Tak oceniono na przykład *Syndrom*

⁶⁶ „Dziewczyna” 2001, nr 9, s. [69].

⁶⁷ „Dziewczyna” 2003, nr 2, s. [75].

⁶⁸ „Dziewczyna” 2003, nr 3, s. [75].

⁶⁹ Recenzje filmów, pomieszczone na tej samej stronie, na której drukowano omówienia książek, otrzymały swoje własne symbole-komentarze, inne od tych przypisanych lekturom. Niekiedy recenzenci książek korzystali dodatkowo z tych symboli, na przykład proponując *Księgę wiedzy czarodziejskiej* posłużyli się rysunkiem, określającym przeważnie charakter polecanego filmu, który w tym przypadku oznaczał, że czytelniczki będą miały do czynienia z „Czarownicami i elfami/ fantasy”, zob. „Dziewczyna” 2002, nr 7, s. [77].

Anastazji (Mary Higgins Clark), *Wezwanie* (Johna Grishama) oraz *Przyjaćiółki od serca* (Patricii Gaffney). Wieloznaczne stwierdzenie „Głupio nie znać” odniesiono do 19 tytułów (m.in. do *Blondynki* Joyce C. Oates, *Gry na wielu bębenkach* Olgi Tokarczuk i *Baudolino* Umberto Eco).

Najbardziej pochlebne opinie pojawiły się m.in. przy takich książkach, jak *Anioły i demony* (D. Browna), *Życie Pi* (Y. Martela), *Gorzkie słodkie pocałunki* (K. Siesickiej) oraz *Demon i panna Prym* (Paulo Coelho). Przy prezentacji tych książek znalazł się symbol „kciuka”. Natomiast rysunek oka pojawił się m.in. przy takich tytułach: *Spójrz na mnie* (Jennifer Egan), *Nad Afganistanem Bóg już tylko płacze* (S. Shakiby), *Wszystko jest względne* (S. Kinga) oraz *Harry Potter i Kamień filozoficzny* (J. K. Rowling).

Niezależnie od tych elementów, w samych omówieniach, jak już wspomniano powyżej, niejednokrotnie pojawiały się jednoznaczne oceny proponowanych książek. Podobnie, jak było to w przypadku tytułów polecanych na łamach „Filipinki”, tak i tu czytelniczki „Dziewczyny” dowiadywały się, że mają do czynienia z książką, określaną jako: „super!”, „fascynująca”, „zabawna”, ale również „wzruszająca”, „lekka, łatwa i przyjemna”. Proponowano i taką, którą „Bardzo (!!!) dobrze się czyta” albo „Czyta się ją jednym tchem”, taką, która „Naprawdę wciąga...”, od której „trudno się oderwać...”, przy której „Dobra zabawa gwarantowana”. Ocena ograniczała się jednak w tym przypadku do podanych określeń, których nie uzasadniano.

Najskromniejsze (zarówno pod względem formy, jak i treści) omówienia odnaleźć można w magazynie w 2005 r., od momentu wprowadzenia ostatnich w badanym okresie zmian dotyczących strony, na której pojawiały się informacje związane z książką i filmem. Dane dotyczące książek były w tym czasie, w porównaniu z wcześniejszymi latami, najkrótsze, zaniechano również drukowania fragmentu proponowanej lektury, elementu, który przez dłuższy czas towarzyszył jednemu z omówień, zamieszczanych w przedstawianej rubryce oraz wspomnianych symbolicznych ocen. Tytuł danej prezentacji stał się ponownie jednocześnie tytułem proponowanej książki. Do tego elementu, nierzadko wyróżniającego informację o książce, zamieszczanego w periodykach o różnym charakterze, redakcja „Dziewczyny” podchodziła bardzo niekonsekwentnie. Tylko w ok. 1/5 przypadków omówienia zyskały odrębny tytuł, nie wyróżniający się zresztą niczym szczególnym. Oto kilka wybranych przykładów⁷⁰: *Bajki o życiu*, *Dla dużych dzieci*, *Dla romantyków*, *Do refleksji*, *Miłosne ścieżki*, *Mrozi krew*, *Na tropach tajemnicy*, *Obserwując świat*, *Oda do jedzenia*, *Proste życie*, *Szpieg w spódnicy*, *Ścieżki miłości*, *Światy równoległe*, *Z życia wzięte*, *Życie nastolatków*.

⁷⁰ Kolejno: „Dziewczyna” 2005, nr 1, s. 73; 2004, nr 8, s. [75]; nr 6, s. [83]; nr 3, s. 75; nr 4, s. [75]; nr 5, s. [83]; nr 4, s. [75]; nr 6, s. [83]; 2003, nr 9, s. [7]; 2004, nr 6, s. [83]; nr 12, s. [73]; nr 7, s. [75]; nr 11, s. [81]; nr 3, s. 75; nr 10, s. [75].

Zaledwie w siedmiu przypadkach pojawiła się adnotacja treściowa, dotycząca książki, zamieszczona poza rubryką odpowiadającą tego typu informacjom, choć jednocześnie tylko dwie notki pojawiły się poza działem kulturalnym. Dotyczyły *Niezwykłej księgi hipnotyzmu Molly Moon* oraz *Party z fantazją*. Dwie kilkudzaniowe wzmianki na ich temat pojawiły się w dziale *To się nosi!*, w rubryce *To jest trendy!*

Pięć książek zaproponowano w miejscu, zwyczajowo poświęconemu nowinkom muzycznym. Za każdym razem omówienie otrzymało ten sam tytuł: *Czytanie jak z nut* i pojawiło się w 2005 r. Zachęcano do sięgnięcia po książki Wydawnictwa In Rock: *Encyklopedię polskiego rocka* (Leszka Gnoińskiego), *Jennifer Lopez* (Tracy Kathleen), *Kult Kazika* (L. Gnoińskiego), *O krowach, świniach, robakach oraz wszystkich utworach Pink Floyd* (Wiesława Weissa) i *Parabolę* [o grupie Tool] (Bartka Koziczyńskiego). Były to w zasadzie jedynie krótkie wzmianki na temat wybranych tytułów, przy których zamieszczano kopię okładki danej książki.

Książki, omawiane na łamach „Dziewczyny”, pochodziły z oferty 43 wydawców⁷¹ (Aneks 51. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005). Jest to liczba większa niż w przypadku „Filipinki”. W tabeli 68 zaprezentowano edytorów, po książki których recenzenci „Dziewczyny” sięgali najczęściej.

Tabela 68. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	58
Wydawnictwo Amber	32 ^a
Dom Wydawniczy REBIS	32 ^b
Wydawnictwo Albatros	29 ^c
Społeczny Instytut Wydawniczy Znak	14
Wydawnictwo Świat Książki	13
Wydawnictwo Egmont	8
Wydawnictwo Muza SA	
Wydawnictwo Literackie	
Wydawnictwo Akapit Press	7

^a W tym raz do spółki z Domem Wydawniczym REBIS.

^b W tym raz do spółki z Wydawnictwem Amber.

^c W tym w jednym przypadku była to książka wydana w koedycji z Wydawnictwem Sonia Draga.

Źródło: badania własne

⁷¹ W 6 przypadkach zabrakło informacji na temat wydawcy. Podobnie, jak było w analogicznych przypadkach w poprzednich rozdziałach, tak i tu uzupełniono brakujące dane na podstawie „Przewodnika Bibliograficznego” w wersji *on line*: www.bn.org.pl, kwiecień 2011.

Na 10 oficyn wydawniczych, które pojawiły się w tabeli 68, z dorobku 6 korzystali zarówno recenzenci magazynu „Dziewczyna”, jak i „Filipinki”. Należały do tej grupy największe wydawnictwa tego okresu, m.in. Wydawnictwo Prószyński i S-ka oraz Dom Wydawniczy REBIS. Zabrakło jednak w powyższym zestawieniu Wydawnictwa W.A.B., które było liderem w przypadku książek recenzowanych na łamach „Filipinki”. Jeśli chodzi o „Dziewczynę”, niekwestionowanym zwycięzcą w tym względzie okazało się Wydawnictwo Prószyński i S-ka.

Recenzenci sięgali głównie po książki znanych edytorów. Tylko w siedmiu przypadkach pojawiły się oficyny mało znane na rynku: Anagram, Kakadu, Panteon, Replika, Stapia, Wydawnictwo Interwers oraz Zibi.

Jak już wspomniano, omówienia zamieszczane na łamach prezentowanego periodyku, jakkolwiek (poza pierwszym rocznikiem) drukowane systematycznie, miały charakter krótkich, powierzchownych omówień. Wiele z nich przyjmowało postać zwięzłych wzmianek, ograniczających się do zasygnalizowania treści proponowanej książki, i, jak już zaznaczono wcześniej, uzupełnianych niekiedy jej fragmentem. Ta, można powiedzieć, ekspresowa forma podania informacji korespondowała z całą zawartością kolorowego magazynu, służącego bardziej do oglądania niż czytania. Od strony formalnej ograniczano się do podania najbardziej niezbędnych danych: autora, tytułu i nazwy wydawcy. W żadnym z omówień nie pojawiło się miejsce i rok wydania polecanej książki czy jej objętość. Tylko nieliczne tytuły owych omówień oddawały charakter proponowanych książek. Można jednak sądzić, że redakcja magazynu uznawała owe informacje za recenzje. Należy także pamiętać, iż jakkolwiek w mniejszym niż w przypadku „Filipinki” stopniu, to jednak i tu odnaleźć można wspomniane już podstawowe elementy, składające się na recenzję, choć były one wykorzystane nierzadko w minimalnym stopniu. Jednocześnie zwraca szczególnie uwagę element konkretnie wyrażonej oceny.

Dobór proponowanych lektur, jakkolwiek nie tworzy kanonu tytułów szczególnie ambitnych, to jednak wydaje się być dostosowany do poziomu, oczekiwań i wieku czytelniczek pisma. W większości były to⁷² „bajki o życiu, dla dużych dzieci”, rzadziej „dla romantyków” czy tych, którzy „obserwując świat”, w czytanych książkach szukają tematu „do refleksji”. Chętnie przemierzają z bohaterami polecanych lektur „miłosne ścieżki”, ale sięgają także z ochotą po książki, których treść „mrozi krew”, lubią czasem znaleźć się na „tropach tajemnicy”, na których pojawia się „szpieg [najlepiej] w spódnicy”. Najchętniej jednak czytają te powieści, w których opisane jest „proste życie,

⁷² Określenia w dalszej części wywodu podane w cudzysłowie pochodzą z wybranych recenzji, omówień i streszczeń, zamieszczanych na łamach opisywanego magazynu.

życie nastolatków”, historie „z życia wzięte”, takie, które mogą przytrafić się także im – czytelnikom pisma, reklamującego się hasłem „Dziewczyzna taka jak Ty!”.

4.3.3.2. *Tylko dla niegrzecznych...*⁷³: reklamy książek

Większość reklam, zamieszczanych na łamach miesięcznika „Dziewczyzna”, promowała ubrania, kosmetyki oraz akcje, organizowane przez periodyk. Jednakże pewna część ogłoszeń odnosiła się do zagadnień, związanych z tematem niniejszej książki. Podobnie, jak było to w odniesieniu do wcześniej zaprezentowanych czasopism, również w tym przypadku można wyodrębnić trzy kategorie, które staną się przedmiotem dalszych rozważań:

- 1) książki,
- 2) akcje tygodnika związane z książką⁷⁴,
- 3) prasa, w tym autoreklama⁷⁵.

Podczas analizy zawartości pisma wykazano obecność 173 ogłoszeń, proponujących książki, 2 informowały o akcjach periodyku, z nią związanych, a 115 dotyczyło reklam czasopism. W tabeli 69 przedstawiono liczbę inseratów wydawniczych w poszczególnych latach.

Tabela 69. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005

Rok	Liczba reklam książkowych
2001	3
2002	16
2003	52
2004	35
2005	67
Ogółem	173

Źródło: badania własne.

Podobnie, jak było to w przypadku omówień, tak i w odniesieniu do reklam najmniejsza ich liczba pojawiła się w 2001 r.⁷⁶ Najwięcej ukazało się ich w ostatnim badanym roczniku, przy czym fakt ten związany był z autopromocją serii *Literatura w spódnicy*, stanowiącej ofertę Wydawnic-

⁷³ Hasło reklamowe jednego z anonsów, zob. „Dziewczyzna” 2005, nr 8, s. [31].

⁷⁴ Ta kategoria przyjmowała postać zarówno reklam, jak i tekstu komentującego, stąd zostanie omówiona w dalszej części rozdziału (4.3.3.3).

⁷⁵ Problematyka związana z prasą, prezentowana na łamach omawianego periodyku, pojawiająca się w nim zarówno w postaci reklam, jak i tekstów, zostanie przedstawiona w ostatniej części rozdziału.

⁷⁶ W numerze 10 (2001) ukazał się jeden inserat, w którym reklamowano trzy tytuły.

stwa Axel Springer. W jednym ogłoszeniu pojawiała się informacja zazwyczaj o 8 lub 9 tytułach, powtarzanych w różnej konfiguracji w następnych wydaniach pisma. Poza niemieckim koncernem, jedynymi oficynami, które zainteresowane były w badanym okresie zamieszczeniem reklamy własnej oferty na łamach omawianego periodyku, były: Wydawnictwo GREG, Wydawnictwo Prószyński i S-ka, Wydawnictwo Wilga, Wydawnictwo Znak. Ogłoszenia wydawnicze zostały zmonopolizowane przez znaną już z łamów „Filipinki” oficynę GREG, specjalizującą się w publikacji lektur szkolnych oraz wspomniane Wydawnictwo Axel Springer Polska.

W takim przypadku trudno mówić o większej lub szczególnie zróżnicowanej grupie pisarzy czy o powtarzalności ich nazwisk, jednak gwoili porządku należy odnotować, iż w zamieszczonych anonsach pojawiło się 25 nazwisk⁷⁷, w tym 7 autorów polskich i 18 obcych. Nazwiska, które kilkakrotnie się powtórzyły, należały bądź do autorów książek, proponowanych w ramach wspomnianej serii, bądź autorów lektur szkolnych. W pierwszej grupie znaleźli się m.in.: Tony Parsons (dziewięciokrotnie), Helen Fielding (7 razy), Nicola Kraus, Maria Nurowska, Janusz L. Wiśniewski (każde z nich pięciokrotnie), Joanna Chmielewska, Lisa Jewell, Wendy Markham (w każdym przypadku nazwisko powtórzyło się czterokrotnie), Candace Bushnell, Nick Hornby, Josie Lloyd (trzykrotnie). Natomiast w grupie drugiej trzykrotnie pojawiło się w ogłoszeniach nazwisko Adama Mickiewicza oraz Bolesława Prusa. W większości przypadków reklamowano te same tytuły.

Wydawnictwo GREG, obok lektur szkolnych, proponowało również ich streszczenia, natomiast wydawca magazynu zachęcał do kupna popularnej literatury kobiecej. W pierwszym przypadku ogłoszenia były całostronicowe, w drugim nierzadko obejmowały dwie strony w periodyku. Inzeraty Wydawnictwa Prószyński i S-ka oraz oficyny Wilga były skromniejsze pod względem objętości, zajmując analogicznie: moduł z boku strony, u jej dołu, oraz kolumnę na wyróżniającym się tle. Ostatni z edytorów, Wydawnictwo Znak, na swoją jednorazową reklamę przeznaczyło całą stronę. Dalej zaprezentowano wybrane ogłoszenia każdego z wydawców (zdjęcia 177–180).

Każde z przywołanych ogłoszeń było czytelne, przejrzyste i kolorowe. W każdym widoczna była kopia okładki proponowanej książki, w dwóch pojawiło się hasło reklamowe (zdjęcie, 177, 180), zaś w ostatnim z zaprezentowanych anonsów zamieszczono dodatkowo dłuższe streszczenie proponowanej książki.

⁷⁷ W 83 przypadkach nazwisko autora było niemożliwe do ustalenia, jako że reklama dotyczyła streszczeń lektur, okładki proponowanych tekstów były zasłonięte, tak, że nie udało się również odczytać w całości danego tytułu. W przypadku dwóch pozostałych ogłoszeń, w których reklamowano książki popularne, ustalono brakujące nazwiska. Do statystyki zaliczono tylko nazwiska pierwszych podanych autorów.



Zdjęcie 177. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2004, nr 7, s. [75]



Zdjęcie 178. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2004, nr 10, s. [17]



Zdjęcie 179. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2005, nr 7, s. [29]



Zdjęcie 180. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2005, nr 8, s. [31]

Ta forma informacji o książce była starannie przygotowywana, zaś jasne kolory przykuwały uwagę czytelnika. Należy tylko żałować, że tak niewielu wydawców zdecydowało się zainwestować w promocję swej oferty na łamach opisywanego magazynu. Prawdopodobnie jednak nie tylko cena reklamy była w tym przypadku powodem. Należy się domyślać, że edytorzy kierowali się również charakterem periodyku oraz typem odbiorcy, do którego był on adresowany.

4.3.3.3. *Wiedźmin czy Winicjusz?*⁷⁸: inne formy informacji o książce

Omówienia książek i ich reklamy były podstawowymi formami informacji o książce na łamach prezentowanego periodyku. W bardzo niewielkim stopniu wykorzystano inne sposoby, by promować literaturę czy osoby z nią związane (zob. Aneks 52. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim zamieszczonych na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005). Analiza zebranego w tym zakresie materiału pozwoliła, podobnie jak w odniesieniu do poprzednich periodyków, wyodrębnić następujące kategorie, przypisując im określone (w tym przypadku znacznie skromniejsze) dane liczbowe:

- portrety/sylwetki (7);
- publikacje, nawiązujące do rynku wydawniczo-księgarskiego (3);
- adaptacje, ekranizacje, oraz inscenizacje znanych dzieł (35);
- listy czytelników (4);
- konkursy i akcje związane z książką, organizowane, współinicjowane przez tygodnik lub takie, o których periodyk tylko informował (22);
- inne (166).

Zebrane dane statystyczne, odpowiadające każdej z kategorii, potwierdziły wcześniejsze spostrzeżenia. Skromna liczba portretów, zaledwie trzy teksty, odpowiadające problematyce literackiej, niewielki odzew czytelników na informacje z nią związane (efekt czy przyczyna niewielkiego stopnia zainteresowania periodyku sprawami książki?) ukazują, jakie miejsce zajmowały w magazynie kwestie dotyczące literatury. Informacje o ekranizacjach czy adaptacjach znanych dzieł nawiązywały do często zamieszczanych wzmianek donoszących o nowinkach ze świata filmu. Natomiast najliczniej reprezentowana grupa, określona jako „inne”, zawierała w sobie przede wszystkim opowiadania, fotostory oraz minikomiksy, drukowane na łamach miesięcznika, obejmując tylko w niewielkim stopniu wzmianki związane z książką.

Należy zaznaczyć, że niektóre z publikacji zostały włączone do danych kategorii, choć tylko w bardzo pośredni sposób im odpowiadały. Zdecydo-

⁷⁸ Tytuł jednej z publikacji, „Dziewczyna” 2001, nr 12, s. 36.

wano się jednak na zaliczenie ich do poszczególnych grup ze względu na to, że stanowiły (mimo, że odległe) jedyne odzwierciedlenie zainteresowania periodyku w tym zakresie, a także dlatego, że ukazywały charakterystyczny sposób podejścia redakcji do spraw kultury, w tym literatury.

4.3.3.3.1. *Nasi herosi*⁷⁹: sylwetki/portrety

W trakcie badanego okresu ani razu nie pojawił się dłuższy tekst poświęcony pisarzowi. Jedynymi publikacjami, które, w odległy zresztą sposób, odpowiadałyby zaznaczonej kategorii, były te, w których opisywano aktorów, grających główne role w ekranizacjach bestsellerów w latach 2001–2005: trylogii Johna R. R. Tolkiena, cyklu o Harrym Potterze oraz *Wiedźminie*.

Dwukrotnie przedmiotem zainteresowania redakcji była sylwetka Elijaha Wooda. Po raz pierwszy pojawił się on na łamach pisma w marcu 2002 r., jako „Przystojny, skromny, z oczami koloru oceanu...”⁸⁰ ulubieniec nastolatki. Ukazany został w różnych kontekstach (praca i kariera, rodzina, miłość, opinie innych aktorów na jego temat), przy czym i ten tekst, ogólny, z jednozdaniowym odniesieniem do książkowego pierwowzoru („zapoznał się z twórczością autora >Władcy Pierścieni< już w dzieciństwie, a nie tuż przed castingiem do roli Frodo...”⁸¹), kładł nacisk na sprawy, które (według redakcji) przede wszystkim mogły zainteresować czytelniczki pisma. Na koniec czekała na nie nie lada gratka: adres idola, do którego mogły wysłać list, a także propozycja redakcji, by podzieliły się swoimi wrażeniami na temat filmowego hobbisty Frodo: „Dziewczyny, czy urzekł Was Elijah? A może sądzicie, że to typ grzecznutkiego chłopca?”⁸². Po raz drugi wystąpił on w towarzystwie innych „najśladziej chłopców Hollywood”⁸³. Ich zdjęcia, z krótkimi notkami (znak zodiaku, stan cywilny, przypomnienie, z jakich filmów są znani, a także wyjaśnienie, „Za co [ich – przyp. M. P. S.] kochamy?”) stanowiły treść obszernego (jak na zwyczajnie periodyku), bo niemal 4-stronicowego tekstu.

Innym przykładem znamiennej podejścia pisma do interesujących nas zagadnień była kolejna publikacja. I tym razem ekranizacja *Władcy pierścieni* bynajmniej nie stała się pretekstem do analizy filmu w kontekście książki, ale posłużyła do zasięgnięcia opinii czytelników pisma na temat preferencji współczesnych dziewcząt (czytaj: adresatek magazynu) w odniesieniu do dwóch różnych męskich typów, których cechy utożsamiali (według redak-

⁷⁹ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Dziewczyna” 2005, nr 8, s. 14–[15].

⁸⁰ „Aśka”, *Jestem Elijah. Elijah Wood*, „Dziewczyna” 2002, nr 3, s. [21].

⁸¹ *Ibidem*.

⁸² *Ibidem*.

⁸³ „Dziewczyna” 2003, nr 3, s. 18–[21].

cji) bohaterowie filmu: Legolas i Aragorn. Zasięgnięto nawet zdania psychologa, Jana Michalskiego, w tej sprawie, który autorytatywnie stwierdził, że „Nie można jednoznacznie określić, jaki typ bardziej podoba się dziewczętom – twardziel czy elf... Każda ma swój ideał chłopaka”⁸⁴.

Być może stał się nim, po przeczytaniu tekstu *Nie tylko Czary-Harry*, jeden z czterech aktorów, grających w ekranizacji powieści J. K. Rowling. W tym przypadku wskazać można kilka znamienych cech, które podkreślają typowe dla periodyku prezentowanie danej kwestii. Do opisanie postaci „asz” wybrała jedynie męskich odtwórców bohaterów cyklu, pomimo że jedną z głównych bohaterek jest przyjaciółka Harry Pottera, Hermiona Granger, grana przez Emmę Watson. Zostaje ona wspomniana jedynie mimochodem jako potencjalna sympatia Daniela Radcliffe’a. On sam, podobnie jak pozostali aktorzy, opisani zostali według pięciu kluczy: *Tak się zaczęło*, *Bilet do Hogwartu zdobył...*, *Jego kinowy [sic!] bohater...*, *Czym Cię zaczaruje?* oraz *Kto go oczarował?* Kilkudzaniowe odpowiedzi, uzupełnione zdjęciami aktorów, i określeniami charakterystycznymi dla pisma (jak choćby „serducho”) niewolne były jednak od błędów (na przykład dla autorki tekstu Draco Malfoy stał się „mistrzem quidditcha”, choć czytelnicy powieści wiedzą, że do mistrzostwa w tym „magicznym sporcie” było mu daleko). „asz” zapomniała również o choćby jednozdaniowym napomknięciu o twórczyni postaci, w role których wcielili się „Most Wanted”⁸⁵.

Wydaje się, że podane przykłady w pełni oddają nastawienie periodyku do interesujących nas zagadnień. Redakcja uznała, że czytelniczki pisma nie będą zainteresowane bliższym poznaniem na jego łamach znanych pisarzy (choćby J. K. Rowling czy A. Sapkowskiego). Być może obawiano się, że nie będą one wiedziały, kim oni są (świadczy o tym na przykład wyjaśnienie redakcji, pojawiające się choćby w jednym z przytoczonych tekstów, gdzie informowano, kto jest autorem powieści *David Copperfield*), i napotkawszy ich nazwiska, nie zatrzymają się dłużej przy proponowanym tekście. Jednocześnie brak odwołań do pierwowzorów literackich, krótkich choćby wzmianek dotyczących autorów zekranizowanych powieści świadczy z jednej strony o lekceważącym podejściu i deprecjonowaniu słowa pisanego, z drugiej o braku profesjonalizmu (wydaje się, że pisząc o adaptacji znanej powieści należałoby wspomnieć o jej twórcy...), a także, być może, o określonej ocenie poziomu wiedzy czytelniczek magazynu oraz zakresu ich zainteresowań.

Kolejnym dowodem potwierdzającym powyższe uwagi, a być może także prostą konsekwencją traktowania przez periodyk spraw związanych z książką, jest minimalne poświęcenie jej uwagi poprzez zamieszczanie

⁸⁴ „Bat” (wysłuchała), *Dwie wieże*, „Dziewczyna” 2003, nr 5, s. 28.

⁸⁵ Tytuł rubryki, w której zamieszczono opisany tekst.

dłuższych niż kilkudzaniowe informacji czy komentarzy, odnoszących się do szeroko rozumianej literatury. Zaledwie trzykrotnie w ciągu pięciu lat czytelniczkom miesięcznika zaproponowano lekturę związaną z tą problematyką. Dwukrotnie zamieszczono tekst, poświęcony komiksowi. Jeden z nich pojawił się pod znamienym tytułem *Batman zamiast Sienkiewicza*⁸⁶. W drugim przyznawano, że „bohaterów komiksów można spotkać już nie tylko w książkach. Tego lata zdobądź nasze ubrania i gadzety...”⁸⁷.

Ostatnia publikacja, związana z książką, dotyczyła cyklu o Harrym Potterze⁸⁸. Autorka, Anna Gortatowicz, nakreśliła ogólną fabułę powieści, przypomniała jej początki, nie omieszkła zaproponować „Dobrych stron Harry`ego po polsku, po angielsku i po niemiecku”, czyli witryn internetowych, związanych ze znanym bohaterem. Zadała także pytanie („Czemu Harry Potter jest the best?”), ale nie podzieliła się z czytelniczkami swoim zdaniem na ten temat, odwołując się do opinii internautów. Czytelnicy mogli również sprawdzić, czy zapadli już na „Potteromanię”, korzystając z „Potterotestu”, zamieszczonego obok publikacji, którą uzupełniło również przypomnienie o przeniesieniu na srebrny ekran powieści.

Częste odwoływanie się do informacji związanych z filmem było charakterystyczne dla omawianego pisma w tym okresie (tego typu wzmianek było w sumie 35). Poza przywołanymi wcześniej przykładami, nierzadko zamieszczano na jego łamach omówienie kolejnej ekranizacji. Niemal wszystkie tego typu informacje pojawiły się w ramach działu kulturalnego, w zmieniającej swą nazwę rubryce: *dvd*, *kino*, *wideo*. Obejmowały kilka lub kilkanaście zdań, uzupełnionych danymi związanymi z filmem (podawano zazwyczaj nazwisko reżysera, aktorów, grających główne role, rok produkcji, niekiedy ocenę), nierzadko urozmaiconych zdjęciem z planu filmowego lub kadrem z filmu. Pisano na przykład o ekranizacji kolejnych tomów Harry Pottera, trylogii J. R. R. Tolkiena, *Dziennika Bridget Jones*, ale również o *Wiedźminie*, *W 80 dni dookoła świata* czy *Autostopem przez Galaktykę*. Omówiono również ekranizację lektur szkolnych: *W pustyni i w puszczy* oraz *Zemsty*.

4.3.3.3.2. *Pod kolor*⁸⁹: konkursy i akcje

Podobnie, jak w przypadku wcześniej opisanych form informacji o książce, tak i w odniesieniu do konkursów, inicjatywy, które zaliczono do tej kategorii, były bardzo luźno związane z interesującą nas problematyką.

⁸⁶ „Dziewczyna” 2002, nr 6, s. [22]–[23].

⁸⁷ „Dziewczyna” 2002, nr 8, s. [46].

⁸⁸ A. Gortatowicz, *Harry mój przyjaciel* [pis. oryg.], „Dziewczyna” 2001, nr 6, s. [40].

⁸⁹ Tytuł jednej z inicjatyw, zob. „Dziewczyna” 2004, nr 3, s. 40.

Magazyn nie mógł poszczycić się cyklicznie organizowanymi przedsięwzięciami o charakterze literackim ani nawet sporadycznymi przedsięwzięciami, które można zaliczyć do projektów, ściśle związanych z książką, wykorzystujących na przykład znajomość wybranych tytułów bądź rozwijających zdolności pisarskie czytelników. Stąd wprowadzenie w tym miejscu podziału, proponowanego w analogicznym częściach wcześniejszych rozdziałów, w tym przypadku jest niemożliwe.

Wśród kilku inicjatyw, które odwoływały się w pewnym stopniu do umiejętności prozatorskich adresatek pisma, można wymienić na przykład konkurs *Ale obciach!*, polegający na opisanu przez czytelniczki historii, w której stały się one bohaterkami niezręcznej sytuacji. Najzabawniejsze opisy tego typu przygód drukowano na łamach magazynu, a ich autorki otrzymywały nagrody (m.in. maskotki, plecaki, kosmetyki)⁹⁰. Ze szkołą związany był kolejny „superkonkurs”: należało wymyślić i opisać najskuteczniejszy sposób uczenia się do klasówek i sprawdzianów, metodę, która byłaby nie tylko efektywna, ale i łatwa oraz przyjemna. Nagrodą dla najbardziej pomysłowych był jeden z 12 zestawów multimedialnych podręczników szkolnych⁹¹.

Oryginalną inicjatywą była propozycja, by czytelniczki opisały swoją wizję świata na Ziemi za 100 lat. Ale i w tym przypadku nie zapomniano, co przede wszystkim interesuje adresatki magazynu, prosząc, by opisały one, jak według nich „może wyglądać życie młodych dziewcząt za 100 lat. Jak będą dbały o urodę, jakie to makijaże będą wtedy modne, a może ktoś już wynajdzie niesamowity kosmetyk typu 6 w jednym?”⁹².

Kilkakrotnie zachęcano, by nastolatki wykazały się zdolnościami „poetyckimi”, na przykład wymyślając krótką, rymowaną sentencję, zawierającą słowo MTV (konkurs zorganizowany z okazji pierwszych urodzin polskiej edycji programu MTV)⁹³. Nagrodą dla 10 najoryginalniejszych i najzabawniejszych pomysłów były modne gadzety. Innym pomysłem była propozycja ułożenia wierszowanego wyznania miłości⁹⁴.

Drugą grupę tego typu inicjatyw stanowiły konkursy, w których książka była nagrodą, zazwyczaj jedną z kilku, na przykład za prawidłowe rozwiązanie krzyżówki lub najciekawszy list. W ten sposób czytelniczki mogły wzbogacić swoją domową biblioteczkę o na przykład polecaną na łamach

⁹⁰ Zob. np. „Dziewczyna” 2004, nr 12, s. 66. Ten konkurs był kontynuowany w kilku kolejnych numerach.

⁹¹ „Dziewczyna” 2001, nr 11, s. [65].

⁹² „Dziewczyna” 2001, nr 11, [73].

⁹³ „Dziewczyna” 2001, nr 9, s. [11].

⁹⁴ „Dziewczyna” 2004, nr 3, s. 40.

miesięcznika książkę *Między nami kobietami, 7 nawyków skutecznego nastolatka* czy *Wszystko OK? Psychologia dla nastolatków*. Nagrodą za najbardziej interesujący list przysłany do redakcji, był także, obok jego wydrukowania, niekiedy zestaw książek (na przykład powieści Grażyny Bąkiewicz lub Manueli Kalickiej). Raz multimedialne podręczniki stały się nagrodą za najbardziej oryginalny pomysł ułatwiający „wkuwanie bez stresu”, przysłany przez czytelniczki.

Pomimo, że adresatki miesięcznika często komentowały tematy, poruszone na jego łamach, przysyłając swoje opinie, to w odniesieniu do informacji o książce zaledwie czterokrotnie pojawił się głos, nawiązujący do książki, który redakcja wydrukowała wśród innych listów. Jedna z czytelniczek dziękowała za zamieszczenie artykułu o Harrym Potterze, przyznając: „Zachęciliście mnie do przeczytania książki, choć wcale nie zamierzałam po nią sięgać, bo sądziłam, że mi się nie spodoba”⁹⁵, przy okazji zaś proponowała innym dziewczętom, by sięgnęły po jej własne „ostatnie superodkrycie” w postaci *Buszującego w zbożu* Jerome’a D. Salinger’a. Z kolei w odpowiedzi na kolejny list redakcja wyjaśniała, na czym polega zjawisko *bookcrossingu*.

Na koniec warto zatrzymać się przy ostatniej z wymienionych kategorii, określonej mianem Inne.

Systematycznie na łamach pisma drukowano dwie formy, spotykane zazwyczaj na łamach periodyków młodzieżowych. Pierwszą były opowiadania. Zamieszczano je do numeru 2 w 2004 r. włącznie, zajmowały one dwie strony, zazwyczaj w drugiej części pisma, w ramach działu *Ona i on*. Nazwa ta wskazywała wyraźnie na temat umieszczanych tu opowiadań. Krótkie wprowadzenia oddawały ich klimat:

Joanna po rozstaniu z Pawłem nie może wcale dojść do siebie. Nawet nie chce bawić się w sylwestrową nocy, woli sama zostać w domu. Na szczęście nagle pojawia się... niespodziewany gość⁹⁶.

Wakacje to... straszne nudy! Bo co ma robić dziewczyna, której paczka wyjechała w siną dal, chłopak ją rzucił przed miesiącem i nic się wokół niej nie dzieje? Wejść na czat!⁹⁷

Pech chciał, że siostry – Aśka i Magda zakochały się w tym samym chłopaku. Czy ta miłość je rozdzieli? Jakie znajdą wyjście z sytuacji? No i którą z nich wybierze Marcin?⁹⁸

⁹⁵ Dominika [czytelniczka], *Kocham Harry’ego*, „Dziewczyna” 2001, nr 10, s. [73].

⁹⁶ „Dziewczyna” 2001, nr 1, s. 50.

⁹⁷ „Dziewczyna” 2002, nr 8, s. 62.

⁹⁸ „Dziewczyna” 2003, nr 5, s. 60.

Czy zmiana wyglądu będzie dla Baśki powodem upadku, czy wręcz przeciwnie – dzięki niej przeżyje nareszcie prawdziwe miłosne uniesienia?⁹⁹

Przykłady, reprezentatywne dla wszystkich opowiadań, drukowanych w periodyku, wskazują na główne wątki, opisywane przez autorów tych historii: (M. Kowalską, B. Łukasiewicz oraz Magdę i Betę). Rozstanie z chłopakiem, nieszczęśliwa miłość, niespodziewane, a pomyślnie rozwiązane problemów... oto, co stanowiło przedmiot opisywanych historii. Znamienne były rady, które dawano czytelniczkom na wypadek, gdyby znalazły się w podobnych do opisywanych sytuacjach: na przykład, znakomitym lekarstwem na nudę będzie nie książka, ale czat, który równie skutecznie (a nawet bardziej) jak zajmująca lektura oderwie myśli znudzonej nastolatki od niewesołych refleksji. Czytając, może co najwyżej przenieść się w wymyślony świat i poznać nie istniejących bohaterów, a Internet stwarza nieograniczone wręcz możliwości poznawania nowych ludzi, w tym i tego wymarzonego księcia, który ukoji żal za byłym chłopakiem.

Proste, niemal banalne historie, zawsze kończące się szczęśliwie, nie niosły ze sobą głębszych wartości ani nie odwoływały się do żadnych wzorów kulturowych, w tym wątków czy bohaterów literackich. A przecież w literaturze nie brak historii wielkich miłości, do których można byłoby się odnieść, poszerzając tym samym horyzonty poznawcze czytelniczek „Dziewczyny”. Jednakże, ponieważ pismo nastawione było przede wszystkim na rozrywkę, nie korzystano z takich wzorów, które wymagałyby większego wysiłku umysłowego, a (co gorsza) mogłyby się negatywnie kojarzyć większości adresatek pisma, dla których książki, jak się zdaje, wiązały się głównie z nudną lekturą obowiązkową w szkole.

Podobny do opowiadań charakter miały fotostory, drukowane (poza kilkoma numerami) na łamach pisma przez cały badany okres. Odnaleźć je można było w dziale *Chwila dla Ciebie*, zajmowały średnio 4 strony w drugiej części magazynu. I tu przedstawiano sytuacje potencjalnie możliwe, w których wątek konfliktu na tle miłosnym pojawiał się niemal w każdej historii:

Kiedy Laura poznaje Dawida, tak jej wpada w oko, że nie zamierza dzielić się nim z siostrą... Jednak sprytna Lucyna bardzo dba o to, by chłopak nieświadomie spotykał się zarówno z jedną, jak i drugą siostrą...¹⁰⁰

Ania chciałaby zdobyć serce Tomka. Bajkowa sceneria wydaje się do tego celu idealna. Tylko czy chłopak będzie zdecydowany?¹⁰¹

⁹⁹ „Dziewczyna” 2004, nr 2, s. 58.

¹⁰⁰ „Dziewczyna” 2002, nr 2, s. 44.

Manuela w ogóle nie myśli o chłopakach, tylko o tym, by zostać sławną DJ-ką. Czy spotka kogoś, kto odmieni jej pogląd na tę sprawę?¹⁰²

Podobnie jak w przypadku opowiadań, także i tu opisywane perypetie miłosne zawsze kończyły się happy endem.

Obydwie formy zastępowały fragmenty książek, drukowane w „Filipince”, których, co znamienne, zabrakło w omawianym magazynie.

W 2002 r., od numeru 3 pojawił się na łamach pisma minikomiks *Zuza*. Były to krótkie, zabawne historyjki, drukowane na początku bądź w drugiej części pisma.

Jednak, podobnie jak w przypadku czasopisma „Filipinka”, tak i na łamach „Dziewczyny” pojawiały się sporadycznie zamieszczone wzmianki o charakterze ciekawostek, związanych z książką. Ale i te, nieliczne zresztą informacje, miały swoisty dla magazynu charakter. Na przykład, informowano czytelniczki o tym, że muzycy, Mary J. Blige, Ice-T, Busta Rhymes oraz Queen Latifah, postanowili, korzystając z pomocy pisarki, Denise McIver, napisać książkę, w której zamierzali ostrzec młodych ludzi „przed zagrożeniami oraz pokusami życia”¹⁰³. Pisano o panującej modzie na komiksy i ekranizacji *Tytusa, Romka i A`Tomka*, pojawieniu się kolejnego tomu o Harrym Potterze. Zapowiadano również książkę Willa Smitha, który uważając się za przykładowego tatę, postanowił wydać poradnik dla przyszłych ojców. Tego typu wzmianek, choć pośrednio nawiązujących do książki, było niewiele. Nieco częściej polecano dany tytuł przy okazji poruszania określonego problemu. Na przykład, pisząc o tym, jak pokonać nieśmiałość, zalecano przy okazji lekturę Carlson Dale i Carlson Hannah *Wszystko OK? Psychologia dla nastolatków*, opisując problem społeczny, jakim jest hazard, odsyłano do książki Marka Griffithsa *Gry i hazard. Uzależnienia dzieci w okresie dorostania*. Wybrane lektury proponowano również w rubryce *Nie z tej ziemi*, gdzie pisano na przykład o klątwach (wtedy radzono sięgnąć po książkę Anny Engelking *Klątwa. Rzecz o ludowej magii słowa*), czarownicach (żeby poszerzyć swoją wiedzę na ich temat, należało przeczytać dodatkowo *Czarownice* Erici Jong), potworach (tu radzono *Yeti. Legendę i rzeczywistość* Reinholda Messnera).

Znając słabość czytelniczek pisma do celebrytów, redakcja podjęła inicjatywę, polegającą na zasięgnięciu opinii znanych osób na temat wybranych przez nie książek. W roku 2001 (w wydaniu lutowym) na łamach miesięcznika gościła Neve Campbell, która wyznała, że jej ulubioną książką jest

¹⁰¹ „Dziewczyna” 2005, nr 12, s. 70–73.

¹⁰² „Dziewczyna” 2003, nr 4, s. [56]–59.

¹⁰³ „Dziewczyna” 2002, nr 5, s. 10.

Prorok Khalila Gibrana. Natomiast w 2002 r. w czterech kolejnych wydaniach (numery 2–5) lektury „do poduchy”¹⁰⁴ polecali: „Karola z MTV” (proponowała *Kościarza* Luke Rhineharta), „Gosia, Viva Polska” (polecała *Grę na wielu bębenkach* O. Tokarczuk), „Natasha z Atomic Kitten” (była oczarowana pierwszą częścią cyklu o Harrym Potterze), „Tim z B3” (jego ulubioną książką okazał się *Wywiad z wampirem* Anne Rice). W wydaniu marcowym rok później (2003) zapytano Maćka Rocka o jego ulubione lektury. I on przyznał, że „pochłonał” serię o małym czarodzieju, ale sięga również chętnie po prozę Johna Grishama i Stephen Kinga.

4.3.4. *Odpowiedź jest bliżej niż myślisz* [pis oryg.]¹⁰⁵: inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Na łamach „Dziewczyny” w badanym okresie zabrakło tekstów ściśle dotyczących prasy; sporadycznie drukowano wzmianki o znanym aktorze lub piosenkarzu, którzy oskarżali dany periodyk o zamieszczenie niepochlebnej na ich temat opinii¹⁰⁶. Natomiast znaczną grupę związaną z prasą stanowiły reklamy, proponujące inne czasopisma, w znacznej mierze znajdujące się w portfolio wydawcy omawianego magazynu.

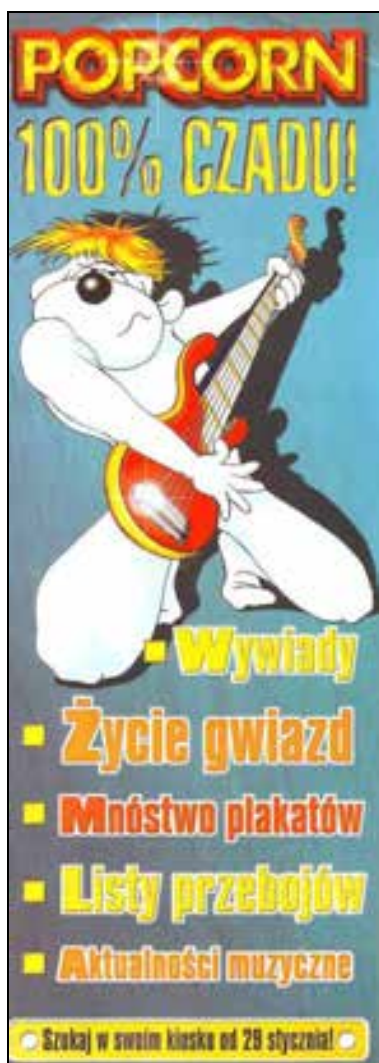
Ogółem w tego typu ogłoszeniach pojawiło się dziewięć tytułów czasopism. Najczęściej reklamowano inny miesięcznik młodzieżowy: „Popcorn” (44 razy), następnie „Oliwię” (28-krotnie), „Popcorn Stars” (21 razy). Pozostałe tytuły to: „Fakt”, „Komputer Świat”, „Komputer Świat. Gry”, „Na żywo”, „Pani Domu”, „Sekrety Serca”.

Bardzo rozwinięta była również autopromocja omawianego magazynu oraz inicjatyw przezeń podejmowanych. W każdym numerze reklamowano następne wydanie „Dziewczyny”, informowano także o specjalnych wydaniach pisma (na przykład „Dziewczyna. Lato & Luz” czy „Dziewczyna. Nastolatki & Miłość”). Ogłoszenia zajmowały zazwyczaj całą stronę lub średniej wielkości moduł, umieszczany u dołu lub z boku strony. Drukowano je w całym magazynie, bez przypisanych im stałych miejsc. Poniżej przedstawiono kilka przykładowych ogłoszeń (zdjęcia 181–185).

¹⁰⁴ Tak tytułowano tę formę informacji.

¹⁰⁵ Hasło reklamowe jednego z ogłoszeń promujących czasopismo „Komputer Świat”, „Dziewczyna” 2004, nr 2, s. [51].

¹⁰⁶ Zob. np. „Dziewczyna” 2004, nr 5, s. [14].



Zdjęcie 181. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2002, nr 2, [69]



Zdjęcie 182. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2001, nr 8, s. 71

*Wielkość niejedno ma imię...
Nęgnij po miesięcznik!*

Sekrety serca

I przekonaj się sama

W tym numerze:

- Czy po ślubie i miesiącu ślubnym można już w pełni powiedzieć, że się kocha? Czy można już powiedzieć, że jest się żoną? Czy można już powiedzieć, że jest się mężem? Czy można już powiedzieć, że jest się rodzicami? Czy można już powiedzieć, że jest się... rodzicami?
- Jak się czuje, gdy się kocha? Czy można już powiedzieć, że się kocha? Czy można już powiedzieć, że jest się... kochanką? Czy można już powiedzieć, że jest się... kochanką?
- Czy można już powiedzieć, że się kocha? Czy można już powiedzieć, że jest się... kochanką? Czy można już powiedzieć, że jest się... kochanką?



Sekrety Serca już w kioskach!

Zdjęcie 183. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2001, nr 7, s. [61]



Zdjęcie 184. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2004, nr 2, s. [51]



Zdjęcie 185. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny” „Dziewczyna” 2004, nr 10, s. [33]

Podobnie, jak cała zawartość magazynu, tak i reklamy były bardzo kolorowe, przy czym w niemal każdej z przytoczonych powyżej dodatkowo uwagę zwracały hasła. W niektórych przypadkach określały one adresata: „dla odlotowych nastolatków” (zdjęcie 182), w innych podkreślały zawartość proponowanego periodyku: „wywiady, życie gwiazd, mnóstwo plakatów...” (zdjęcie 181), w jeszcze innych odnosiły się do przedstawionej sytuacji (zdjęcie 184) lub prezentowały sobą grę słów (zdjęcie 185).

Równie kolorowo prezentowały się ogłoszenia o charakterze autopromocyjnym (zdjęcie 186).

W przypadku reklam, zapowiadających wydania specjalne magazynu, na przykład z okazji zbliżających się wakacji, pamiętano zawsze o zaprezentowaniu nie tylko okładki danego tytułu, ale również wybranych stron i wypunktowaniu tematów, które można było znaleźć wewnątrz polecanego numeru. Natomiast proponując kolejne edycje najpierw kasety, a następnie płyty CD z wybranymi przebojami, podawano zazwyczaj, obok kopii okładki, także datę ukazania się w sklepach danego krążka.



Zdjęcie 186. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyna” „Dziewczyna” 2001, nr 9, [23]

Porównując ogłoszenia reklamujące czasopisma czy promujące akcje, inicjowane przez magazyn, z inseratami dotyczącymi książek, należy powiedzieć, że pierwsze z nich były nie tylko liczniejsze, ale i barwniejsze, bardziej pomysłowe, zwracały też większą uwagę choćby dzięki swej powtarzalności.

Analizując zawartość miesięcznika „Dziewczyna” można wysunąć konkluzję, iż życie współczesnych nastolatek obraca się wokół mody, kosmetyków i potencjalnych wielbicieli, których należy (za wszelką cenę) mieć jak najwięcej. Porady, jak dbać o siebie, by podobać się płci przeciwnej, rady, jak zdobyć chłopaka, a następnie urozmaicić związek, by zainteresowanie wymarzonego adoratora nie przeniosło się na najlepszą przyjaciółkę, zajmowały znaczną część pisma. W omawianym magazynie koncentrowano uwagę przede wszystkim na tematyce towarzyskiej, sensacyjnej, erotycznej, a także do pewnego stopnia astrologicznej (wyraźne upodobanie do horoskopów, omawianie cech charakteru odpowiadających poszczególnym znakom zodiaku, analizowanie zachowań pod ich kątem, częste psychotesty). Natomiast kwestie kulturalne, związane zresztą przede wszystkim z elementami kultury masowej, traktowane były jako rodzaj urozmaicenia zawartości pisma, jeden ze składników rubryk, poświęconych „wielkiemu światu”, gdzie pisano o życiu prywatnym gwiazd, szczególnie idoli zagranicznych.

Należy przy tym zwrócić uwagę na dwa fakty opisane wcześniej: jedną sprawą był dobór tematyki, także tej związanej z książką, poruszanej na łamach pisma, drugą – forma jej prezentacji.

4.4. „Cogito. Szkoła. Matura. Studia. Życie”

4.4.1. *Pomyśleli, zaistnieli*¹: historia czasopisma

Nie wchodzimy w tematykę innych pism. Nie piszemy o urodzie, modzie czy sporcie. [...] Pod względem merytorycznym nie mamy konkurencji. Nasi autorzy to ludzie młodzi, w większości studenci. Doskonale wiedzą, co chcą czytać ich koledzy².

Ostatnie z omawianych pism, zupełnie odmienne pod względem merytorycznym w porównaniu z dwoma wcześniej przedstawionymi czasopismami, adresowanymi do młodzieży, to przykład udanej realizacji ciekawego pomysłu dwojga amatorów, nie mających doświadczenia w branży wydawniczej i jednocześnie dowód na to, że w latach 90. XX w. możliwe było zaistnienie na polskim rynku prasowym wartościowego periodyku, nie poprzedzone większą kampanią reklamową czy badaniami marketingowymi.

Pismem tym jest „Cogito” z określającym jego zawartość podtytułem „Szkoła. Matura. Studia. Życie”. Dzieje tego periodyku toczyły się, w przeciwieństwie do historii wcześniej omawianych czasopism (zwłaszcza pierwszego z nich), bez szczególnych zawirowań. Od pierwszego numeru (w 1994 r.) do ostatniego badanego w 2005 r. właścicielem tytułu pozostawał ten sam wydawca, nie zmienił się również jego redaktor naczelny. Formuła pisma, jakkolwiek w ciągu 11 lat ulegała nieznacznym zmianom, pozostawała wierna pierwotnym celom, założonym przez jego inicjatorów. Periodyk nie był przedmiotem zbyt wielu opracowań³, a jego (nieregularna) reklama ograniczała się głównie do wybranych czasopism kobiecych. Pomimo, że nie był nagradzany tak często jak inne pisma, zyskał jednak dużą popularność wśród młodzieży, osiągnął stałą pozycję na rynku, a w badanym okresie nie posiadał pod względem proponowanych treści konkurencji.

Pierwszy numer „Cogito” ukazał się 14 lutego 1994 r. Założycielami periodyku było małżeństwo nauczycieli: Katarzyna i Zbigniew Drodzy.

¹ Tytuł publikacji poświęconej dwutygodnikowi „Cogito”, zob. „Press” 1998, nr 11, s. 62.

² „Press” 1998, nr 11, s. 62.

³ Kwerenda pozwoliła ustalić, że poza drobnymi publikacjami lub wzmiankami w prasie głównie branżowej lub krótkimi odwołaniami w tekstach poświęconych czasopismom młodzieżowym, pojawiły się trzy dłuższe omówienia wybranego tytułu, z których dwa poświęcono w znacznej mierze jego wydawcom. Zob. D. Binkiewicz, *Pomyśleli, zaistnieli*, „Press” 1998, nr 11, s. 62; A. Paciorek, *Pięciolatek „Cogito” i jego młodszy brat*, „Rzeczpospolita” 1999, nr 35, s. 4–5; A. Uljasz, *Prasa popularnonaukowa we współczesnej Polsce a edukacja humanistyczna i kulturalna młodzieży. Czasopisma „Cogito”, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2012, nr 4/15, s. 141–155*

Uczę w liceum, poznałam zainteresowania i potrzeby młodych ludzi. Na rynku nie było wówczas pisma o szkole, przygotowywaniu się do matury i zdawaniu na studia. Postanowiliśmy więc z mężem wypełnić tę lukę⁴.

– wspomina pomysłodawczyni, K. Droga, dodając:

Wymyśliłam tytuł *Cogito* na zasadzie skojarzenia [...] bo było pismo „Jestem”, może więc być też „Myślę”. I ma ładny kontekst – Herbert, Kartezjusz⁵.

W ten sposób na rynku pojawiło się nowe czasopismo, o odmiennym charakterze od dotychczas dostępnych, adresowane do młodzieży w wieku 15–19 lat. Pierwszy numer liczył 40 stron, a jego nakład wynosił 40 tys. egz. W *Słowie do czytelnika* pisano:

Wierzmy, że kluczem do rozwiązania zagadki życia jest... myślenie. Stara ludzka przypadłość, przepraszam, stara ludzka umiejętność człowieka. [...] Myślę – wątpię – pytam – szukam. To obliguje twórców pisma „*Cogito*” do wspomaganiania tych działań, zbierania informacji, podpowiadania różnych możliwości⁶.

Zaprezentowano obszernie również potencjalnego adresata nowego periodyku:

to młody człowiek, który należy do myślących i ambitnych. Stojąc u progu dorosłego żywota, nasz Ktoś (dziewczyna lub chłopak) rozgląda się i pyta o pracę, naukę, turystykę, rozrywkę, itd. Nie ukrywam, że nasz Ktoś to „człowiek uczący się” – czyli szkoła i plany edukacyjne zajmują w jego życiu ważne miejsce, a zatem w naszym piśmie też. I jeszcze – nasz Ktoś lubi wiedzieć – wiele wiedzieć o dziedzictwie kulturowym człowieka, lubi pofilozofować, włączyć się do dyskusji, lubi czasem pomyśleć indywidualnie⁷.

W pierwszym numerze wydrukowano także rodzaj motto: „Żaden zegar nie da ci wskazówek do życia” (S. Lec).

K. i Zb. Drodzy byli w tym czasie właścicielami Wydawnictwa Aga-Press, założonego przez nich w 1991 r. Przez niemal rok, do momentu wydrukowania pierwszego numeru „*Cogito*”, wydawali poradniki polonistyczne i repetytoria maturalne, teraz zajęli się również przygotowaniem periodyku, określając od początku jego częstotliwość jako dwutygodnik. Przez pierwszych kilka miesięcy nieformalna redakcja składała się głównie z zaprzyjaźnionych z założycielami pisma nauczycielami. Nowy tytuł zdobył czytelników pomimo oferowania treści odmiennych od drukowanych na łamach omawianych wcześniej miesięczników: „*Filipinki*” i „*Dziewczyny*”

⁴ A. Paciorek, *Pięciolatek...*, s. 4.

⁵ *Ibidem*.

⁶ „*Cogito*” 1994, nr 1, s. [1].

⁷ *Ibidem*.

oraz mimo dość ubogiej formy. Przetrwiał pierwszy rok, wypełniając istniejącą wówczas niszę rynkową, a jego sprzedaż zaczęła przynosić zyski właścicielom. W 1995 r., w numerze jubileuszowym, K. Droga pisała:

przez minionych dwanaście miesięcy udało nam się skupić wokół tego pisemka wyznawców kultu głowy i zwolenników korzystania z rozumu. [...] Udało nam się pomóc przynajmniej części z Was w ważnych życiowych chwilach⁸.

Już wtedy wprowadzano pierwsze zmiany w wyglądzie pisma i jego zawartości, drukując nowe rubryki, kierując się przy tym opiniami czytelników, zawartymi zarówno w licznych listach, jak i ankietach dotyczących dwutygodnika.

Ambitny periodyk spodobał się wielu nastolatkom, którzy nie szczędzili pochwał pod jego adresem:

Gazeta jest wspaniała taka, jaka jest i niech się nie zmienia [...] Jestem siedemnastolatkiem, więc problemów z maturą jeszcze nie mam [...], ale Waszą gazetę czytam dlatego, że jest fajna⁹.

Rzadko pojawiały się głosy krytyczne, ale i te drukowano na łamach pisma: „Zadziwia to, co dzieje się w >Cogito<, zadziwia uparte forsowanie uniwersalno-nijakiej formuły pisma...”¹⁰.

Jednak potwierdzeniem popularności nowego tytułu stał się rosnący nakład kolejnych wydań, który w 1998 r. wyniósł 170 tys. egz., przy sprzedaży ok. 70–80%¹¹. Zwiększała się również objętość pojedynczego numeru: w 1995 r. wynosiła ona średnio 60 stron, wtedy też, jak wspomniano powyżej, wprowadzono pierwsze zmiany w formie graficznej periodyku, dzięki czemu stał się on bardziej przejrzysty. Kolejne drobne modyfikacje zaproponowano czytelnikom rok później, ulepszając także nieco papier, na którym czasopismo było drukowane. Po dwóch kolejnych latach jego objętość ponownie zwiększono (do ok. 70 stron), a w 1998 r. do czytelników trafiały treści zamieszczane na średnio 90 stronach. Warto zaznaczyć, że od 1997 r. zapoczątkowano dołączanie do wydania głównego dodatków specjalnych. Pierwszym z nich była *Powtórka z epok* (część 1 w 1997 r., część 2 – rok później), w roku następnym pojawił się dodatek *Zapytaj o lekturę*.

⁸ K. Droga, *Słowo do Czytelnika*, „Cogito” 1995, nr 3, s. 2.

⁹ Tomasz Ż. [czytelnik], *Jacy jesteście, jak nas widzicie*, „Cogito” 1996, nr 14, s. 50.

¹⁰ Damian [czytelnik], *Ja i moi znajomi przestaniemy kupować „Cogito”*, „Cogito” 1996, nr 1–4, s. 50.

¹¹ „Press” 1998, nr 11, s. 62.

Po czterech latach istnienia wyraźnie poprawiła się szata graficzna dwutygodnika oraz papier, na którym był drukowany. W 1998 r. „Cogito” zdystansowało pod względem liczby czytelników dwa inne pisma młodzieżowe: „Filipinkę” i „Bravo Sport”¹². W ciągu pierwszych siedmiu lat systematycznie zwiększał się również zespół redakcyjny i grupa współpracowników pisma. Wśród nich znaleźli się m.in.: Beata Banaszuk, Ewa Barciszewska, Monika Bartnik, Jolanta Berent, Teresa Chwalińska, Anna Cimoch, Michał Jarnecki, Cezary Korzeniecki, Agnieszka Krasnodębska, Renata Kreczmar, Ludwik Janion, Marcin Łakomski, Joanna Malinowska, Ewa Nowak, Marta Olbryś, Małgorzata K. Piekarska, Dorota Próchniewicz, Jarosław Ruszczak, Ola Siewko, Agnieszka Trojan, Piotr Zakrzewski i Roman Zubczyński.

Powodzenie pisma pozwoliło wydawcy na wprowadzenie we wrześniu 1998 r. na rynek prasowy nowego periodyku. Był to dwutygodnik dla ośmioklasistów „Victor”. Jego formuła zbliżona była do „Cogito”: podstawowy trzon informacji związany był ze szkołą i egzaminami wstępnymi, w tym przypadku do szkół średnich. Jak przyznawał Z. Droga,

To było przemyślane posunięcie [...]. Przez „Victora” wychowujemy sobie czytelnika „Cogito”, nawet szata graficzna obu pism jest podobna. Myślmy, że czytelnicy przejdą naturalnym tokiem do „Cogito”¹³.

Jednocześnie sukces czytelniczy i finansowy związany z „Cogito” umożliwił zmianę siedziby redakcji: z niewielkiego, dwupokojowego pomieszczenia przy al. Stanów Zjednoczonych 51 w Warszawie przeniesiono się do budynku przy ul. Smulikowskiego 4. Wydawca zainwestował we własne studio graficzne, zwiększył również grono współpracowników. Na początku 1999 r. redakcja po raz kolejny zmieniła swą siedzibę. Tym razem wynajęto lokal przy ul. Grochowskiej 316/320. Jednak już w numerze 13 w stopce redakcyjnej ponownie pojawił się dawny adres redakcji, mieszczącej się przy al. Stanów Zjednoczonych. W tym samym numerze redaktor naczelna zapowiedziała zmiany w piśmie, anonsując nowe rubryki oraz ciekawszą szatę graficzną. Periodyk dostosowywał się do wymagającego odbiorcy, który nie był już tak skory do pochwał, jak na początku; obok pochlebnych dla redakcji listów pojawiały się częściej głosy krytykujące zawartość pisma. Warto zacytować jeden z nich:

Od pewnego czasu stwierdzam, że „Cogito” zamieszcza coraz mniej naprawdę ciekawych artykułów. Zastanawiam się, jaki cel Wy jako redakcja sobie stawiacie (oczywiście nie mam tutaj na myśli kwestii maturalno-edukacyjnej). Odnoszę wrażenie, że nic twórczego,

¹² *Ibidem*.

¹³ A. Paciorek, *Pięciolatek...*, s. 4.

interesującego [...]. Żał mi Was, jeśli naprawdę sądzicie, że istnieje jeden wymiar rzeczywistości. Jak tak dalej pójdzie, zginiecie w powodzi innych tego typu czasopism, tak samo jednolitych, wiernych „rzeczywistej prawdzie” i nudnych¹⁴.

Redakcja dokładała starań, by ten niekorzystny wizerunek zmienić. Od numeru 13 (1999) pojawiły się nowe rubryki, zaś od następnego wydania zaczęto dołączać do pisma dodatek specjalny *Epoka*, w którym omawiano wybraną epokę literacką. Od numeru 15 wyraźnie zmieniła się makieta dwutygodnika, dzięki czemu stało się ono bardziej kolorowe, wyraziste i nowoczesne. W tym czasie tytuł zaistniał w Internecie: w numerze 14 (1999) w stopce redakcyjnej pojawił się adres e-mailowy redakcji: cogito@cogito.com.pl. Poczynione zmiany znalazły uznanie w oczach czytelników¹⁵, pomimo że jednocześnie cena periodyku wzrosła.

W tym samym roku (1999), we wrześniu wydawca wprowadził na rynek nowy tytuł: miesięcznik „Lider Przyszłości”. W zamierzeniu wydawcy był on adresowany do tych czytelników, którzy swoją zawodową przyszłość wiąźali z polityką, prawem, biznesem lub mediami. Na zawartość nowego pisma składać się miały m.in. informacje, dotyczące określonych kierunków studiów, prezentacja wybranych partii politycznych, a także wywiady z politykami.

Jednocześnie systematycznie zwiększała się objętość „Cogito”: w 1999 r. wynosiła średnio 100 stron, rok później ok. 110. W okresie objętym badaniem periodyk liczył średnio 98 stron, jego format był kilkakrotnie zmieniany¹⁶. W ciągu pięciu lat dwutygodnik kilkakrotnie zmieniał również szatę graficzną oraz nazwy działów i rubryk. Modyfikacje w jego układzie i formie nie są tematem niniejszej książki, należy jednak zauważyć, że polegały one głównie na wprowadzeniu lepszego jakościowo papieru¹⁷, zmianie kroju i koloru czcionki w nazwach działów, rubryk i tytułów publikacji. Zmiany przeprowadzano kilkakrotnie w każdym z badanych roczników¹⁸. K. Droga pisała w związku z tym:

¹⁴ Anka z Olsztyńskiego [czytelniczka], *Wypadamy beznadziejnie*, „Cogito” 1999, nr 12, s. [111]. Obok cytowanego listu zamieszczono inny, którego autorka dziękowała redakcji za poszerzanie horyzontów i zrozumienie, okazywane nastolatkom.

¹⁵ Zob. np. „Cogito” 1999, nr 16, s. 2.

¹⁶ Na początku badanego okresu wydawany był w formacie 21 x 29,5 cm, od numeru 13 (2001) zwiększonym do 23 x 29,5, i ponownie od numeru 12 (2002) zmniejszonym do 22 x 28 cm, od numeru 14 (2003) do formatu 21,5 x 28 cm i od numeru 1 (2005) zmniejszyć go jeszcze do formatu 20,5 x 27,5 cm. Niekiedy numery wakacyjne wydawane były w nieznacznie mniejszym formacie.

¹⁷ Na przykład od numeru 3 w 2002 r.

¹⁸ Jak choćby od numeru 12, następnie 13 (2001), w 2002 r. od wydania 11, 12, 18, w 2003 r. od numeru 1, w 2004 r. od wydania 14 i w 2005 r. np. od numeru 1 i 15.

Myślę, więc... szukam! Szukam – więc zmieniam świat, znajduję skarby jeszcze nieodkryte. Lubię zmiany, lubię ludzi. Jestem z grupy „Cogito” [...]. Ciekawe – jak ocenicie zmiany w „Cogito”? Ja powiem o nich tak: to nie ostatnie! Będziemy się zmieniać. Będziemy poszukiwać¹⁹.

Zazwyczaj owe zmiany polegały na ulepszaniu szaty graficznej pisma, ale niekiedy modyfikowano również jego strukturę, wprowadzając doń nowe rubryki, podejmujące lżejsze tematy. Redakcja zdawała się dostrzegać w większym niż wcześniej stopniu fakt, że większość odbiorców pisma stanowią dziewczęta, zainteresowane nie tylko spektakularnym zdaniem matury i pozytywnym wynikiem egzaminu na studia, ale również zajmują je sprawy związane z wyglądem czy relacjami z płcią przeciwną. Stąd pojawił się na przykład *Kuferek*, rubryka, o której pisano: „pomoże odnaleźć się w świecie urody. Prezentujemy, polecamy sprawdzone kosmetyki. Dzięki nim myślący Kogitowiec ładnie wygląda”²⁰.

Wskazane częste zmiany formatu periodyku dowodziły częściowo prób dostosowania się do ówczesnych trendów, panujących wśród pism młodzieżowych, lansujących modę na mniejszy, a zatem bardziej poręczny, wygodny format. Temu celowi służyła także błyszcząca okładka i wprowadzenie żywszych kolorów, również na strony wewnątrz numeru. Stopniowo zwiększał się zespół osób, odpowiedzialnych za formę graficzną pisma.

Jak już wspomniano, przez cały analizowany okres redaktor naczelną pozostawała inicjatorka pisma, K. Droga, jego wydawcą zaś Agencja Wydawnicza Aga-Press S.C. → Spółka Jawna, z siedzibą w Warszawie, przy al. Stanów Zjednoczonych 51. Z dawnego zespołu reakcyjnego pozostały trzy osoby: B. Banaszuk, A. Krasnodębska oraz O. Siewko. W trakcie lat objętych badaniem dołączyli do nich m.in.: Krzysztof Boczek, Agnieszka Boruszkowska, Monika Cieślik, Joanna Ćwiek, Artur Grabarczyk, Mira Ignatowicz, Magda Kuźnik, Renata Mazurowska, Dorota Nosowska, Małgorzata Olejniczak, Lily Paszkowska, Piotr Piegat, Agnieszka Pietrzykowska, Katarzyna Sobieraj, Eliza Świdowska, Joanna Szeligowska, Krzysztof Zadros, Iza Zasłona i Beata Zielińska. Wśród współpracowników pisma, poza wymienionymi wcześniej, znaleźli się m.in. Urszula Bogdalska, Paweł Felis, Paweł Hebda, Lilka Poncyliusz, Jacek Przybylski, Izabela Redlińska, Dariusz Sarzyński, Małgorzata Sobieraj, Beata Stadryniak-Saracyn, Alicja Szewczyk, Ewa Wojtyła, Joanna Wysłowska i Edyta Woźnica.

K. Droga podkreślała, że zawartość dwutygodnika przygotowywana była przez ludzi młodych, znających potrzeby nastoletnich czytelników, z których wybrani po kilku latach stawali się współpracownikami periodyku. Jednocześnie rozbudowywane dodatki specjalne, a także opracowanie rubryk, przygotowujących do matury wymagało nawiązania kontaktów ze specjalistami, głównie nauczycielami szkół średnich.

¹⁹ K. Droga, *Słowo do czytelnika*, „Cogito” 2005, nr 1, s. [3].

²⁰ „Cogito” 2002, nr 8, s. 106.

4.4.2. Zawartość, czytelnicy, akcje

Jak już zaznaczono, zawartość omawianego pisma różniła się zasadniczo od tej, którą nastoletniemu odbiorcy oferowały inne periodyki młodzieżowe, wydawane w badanym okresie.

Przytoczony na początku rozdziału podtytuł „Cogito” („Szkoła. Matura. Studia. Życie”) określał zarazem jego treść, która w przeważającej części podporządkowana była tematowi związanym z edukacją młodzieży szkół średnich i studentów pierwszych lat. Głównym odbiorcą pisma byli jednak maturzyści. Stąd podstawowy trzon informacji związany był ze szkołą i egzaminami: dojrzałości i wstępnymi na wybrane uczelnie. Na łamach periodyku drukowano zatem obszernie powtórki materiału, wymaganego na egzaminach maturalnych. W dwutygodniku przeważała zdecydowanie humanistyka, bo jak przyznawała redaktor naczelna, co prawda „są też chętni do pisania o matematyce, ale żaden humanista zatrudniony w redakcji nie chce podjąć się sprawdzenia zadań”²¹. Do czytelników trafiały na przykład charakterystyki poszczególnych epok literackich, zasady pisania prac z języka polskiego, wskazówki dotyczące egzaminów ustnych, przygotowywania prezentacji, omówienia zasad nowej matury, gramatyka języków obcych.

Zamieszczano również teksty podejmujące tematy pozaszkolne, związane na przykład z relacjami pomiędzy nastolatkami a ich rodzicami, pierwszymi miłościami czy odnoszące się do problemów społecznych: narkotyków, alkoholizmu. Jednak zagadnienia, które w innych periodykach młodzieżowych stanowiły trzon ich zawartości, w tym przypadku były raczej uzupełnieniem podstawowych treści.

Tak pomyślanym założeniom odpowiadała struktura dwutygodnika. Należy powiedzieć, że składała się ona raczej z mniejszych rubryk niżli obszerniejszych w swym założeniu działów. Już w pierwszych rocznikach periodyku wyraźne było ukierunkowanie zainteresowań redakcji w stronę funkcji przede wszystkim edukacyjnej, a dopiero później (w znacznie mniejszym stopniu) rozrywkowej. Jakkolwiek rubryki i działy zmieniały kilkakrotnie swoje nazwy, to jednak zawartość merytoryczna pisma tylko w niewielkim stopniu ulegała zmianie. W latach 1994–2000 czytelnicy mieli z jednej strony do wyboru takie rubryki, jak na przykład²²: *Analizy i interpretacje*, *Bank informacji*, *Blok polonistyczny*, *Notes humanisty*, *Proroctwa przed maturą*, *Sprawdź, czy zdałbyś na...*, *Studia w...*, *Sztuka zdawania egzaminów*, *Zapytaj o lekturę*, *Zawód*, *Zrozumieć poezję*, z drugiej zaś

²¹ A. Paciorek, *Pięciolatek...*, s. 4.

²² Wyboru charakterystycznych rubryk dokonano na podstawie roczników 1994–2000 „Cogito”.

proponowano młodemu odbiorcy treści pomieszczane w takich rubrykach jak choćby: *Co słyhać*, *Czas na debiut*, *Film*, *Horoskop*, *Krok w rock*, *Krzyżówka*, *Reportaż*, *Seks i my*, *Śladami zamczysk*, *Top-temat*, *Trzeba odetchnąć*.

Kilka z wymienionych rubryk nadał było obecnych w latach 2001–2005. Należały doń m.in. *Czas na debiut*, *Reportaż* oraz *Trzeba odetchnąć*. Poza nimi w analizowanym okresie można wyodrębnić także inne (zmieniające się) działy i rubryki. Wśród tych, które podkreślały edukacyjny charakter pisma, znalazły się m.in.: *Edukacja*, *Kalejdoskop kierunkowy*, *Klub Cogito*, *Licealny żywot*, *Pakiet możliwości* → *Pakiet kierunków*, *Paszport w przyszłość*, *Problem polonistyczny...*, *Serwis*, *Syllabusy*, *Studia za granicą*, *Test na wstępne*, *Więści z liceum*, *Zapiski erudyty*.

Edukacyjny charakter periodyku wzmocniały również, stopniowo dodawane, liczne dodatki specjalne do głównego tytułu. Jakkolwiek w pierwszych latach istnienia periodyku było ich stosunkowo niewiele, o tyle w badanym okresie ich liczba znacznie wzrosła, podobnie jak i ich reklama na łamach dwutygodnika. Wśród najczęściej powtarzających się pojawiły się m.in.: *Jak odpowiadać z polskiego*, *Jak pisać wypracowania*, *Liceum i matura*, *Matura pisemna*, *Motywy literackie*, *Lektury do nowej matury*, *Stara matura pisemna i ustna*.

W miarę upływu czasu wzrastała jednak liczba rubryk, w których zamieszczano tematy nie związane ze szkołą. Wśród nich proponowano na przykład: *Active-style*, *Art-obrazki*, *Cogito*, *Dymki*, *Galeria mody*, *Gorący temat*, *Internet*, *Jak żyją inni*, *Kawiarenka*, *Mieszmasz informacyjny*, *Moda*, *Mówisz i masz*, *Muza*, *Obserwacje*, *Pasje*, *Prowokacje*, *Psycholog* → *Psyche*, *Rozmowa*, *Szkoła uczuć*, *Szkoła życia*, *Uroda*, *Variétés* → *Top Kultura*, *Wasz dj dziś gra...*, *Wzrockowisko*, *Zaproś ją do kina*, *Zdrowie*. Już choćby pobieżne przyjrzenie się zmieniającym się nazwom wskazuje na przyjęty przez redakcję kierunek w ewolucji pisma, które musiało sprostać problemom, dotyczącym w tym czasie segment prasy młodzieżowej, a spowodowanym m.in. rosnącą popularnością Internetu. Stąd odstępianie redakcji od sztywnej dotąd formuły periodyku, poświęcenie większej liczby stron na sprawy interesujące przeciętnego nastolatka.

Od numeru 15 (2005) wprowadzono wyraźny podział na bloki tematyczne, podejmowane w piśmie, które reprezentowane były przez: *Akademię „Cogito”*, *Magazyn „Cogito”*, *Studia*, *Życie* i dodatkowe rubryki, mieszczące się pod wspólnym tytułem *A ponadto...* (materiały powtórzeniowe do matury: *Arkusze maturalne*, *Lektury do klas...*, *Sztuka prezentacji*). Jednocześnie „Cogito” coraz bardziej zaczęło przypominać kolorowy magazyn, szczególnie pod względem szaty graficznej, chociaż nadal gros jego zawartości stanowiły teksty o charakterze edukacyjnym.

Znaczna część akcji, podejmowanych przez omawiany periodyk również miała taki właśnie charakter. Nie organizowano raczej przedsięwzięć wpisujących się w działania innych tytułów młodzieżowych tego okresu. Inicjatywy, realizowane przez „Cogito”, których efektem były wspomniane wcześniej liczne dodatki specjalne (wydawane zarówno oddzielnie, w formie miesięczników, jak i dołączane do wydania głównego w postaci oddzielnie numerowanych arkuszy bądź kilkustronicowych wkładek tematycznych) korespondowały z edukacyjnymi działaniami redakcji. Nadto informowała ona skrupulatnie o rozmaitych targach językowych, edukacyjnych, zawodowych, konkursach, w których nagrodą było zdobycie indeksu na wybraną uczelnię wyższą. Proponowano również czytelnikom udział w *Akademii Cogito*, a w jej ramach uczestnictwo w warsztatach dziennikarskich. Zachęcano czytelników do udziału w licznych konkursach literackich (ze względu na temat niniejszej książki zostaną one szerzej omówione w dalszej części rozdziału).

Innych inicjatyw, niż wspomniane powyżej, było niewiele. Można do nich zaliczyć m.in. realizowaną w roku szkolnym 2001/2002 r. akcję *Portret Pokolenia*. Czytelnikom zaproponowano wspólne stworzenie obrazu młodzieży z przełomu wieków. Służyć temu miały zamieszczane na okładkach kolejnych wydań dwutygodnika zdjęcia współczesnych nastolatków. Redakcja pisała: „Spróbujemy zgadnąć, jacy jesteście – jacy bywacie. [...] pokażemy: odlotowców, artystyczne dusze, kujonów i olewaczy. Wielbicieli rocka albo poezji”²³. Należało przysłać fotografię własną lub wybranej przez siebie osoby, „która ma w sobie >TO COŚ<”. W numerze wakacyjnym w roku następnym zaprezentowano 19 okładek, przedstawiających współczesnych nastolatków, w tym samym wydaniu znalazł się również raport dotyczący młodzieży z 2002 roku²⁴.

Z kolei w 2004 r. zaproponowano czytelnikom inny konkurs, także odbiegający od dotychczasowych inicjatyw, podejmowanych przez pismo. Wiązał się on z unowocześnieniem jego formuły. *Zostań modelką* było przedsięwzięciem, organizowanym wspólnie z agencją modelek Ekstern Models²⁵ i stanowiło jedną z nielicznych akcji tego typu, bo, pomimo pewnego złagodzenia sztywnych ram periodyku, obejmującego opisane powyżej kwestie, „Cogito” pozostawało wiernej swej pierwotnej idei, kierując ją do tego samego typu odbiorcy, do którego zwracano się w 1995 r., przynajmniej:

Wychodzimy z założenia, że nasz Czytelnik – Kogitowiec, to wciąż i zawsze ten, który inwestuje w swoją przyszłość, zainteresowania określone i najczęściej humanistyczne ma i pragnie je poszerzać, a bardzo często sam próbuje tworzyć. Poza tym interesuje go

²³ [br. aut.], *Okładki Cogito: portret pokolenia*, „Cogito” 2001, nr 14, s. [2].

²⁴ I. Redlińska, *Młodzież 2002*, „Cogito” 2002, nr 11, s. 6–8, 10–[11].

²⁵ [br. aut.], *Konkurs: Zostań modelką!!!*, „Cogito” 2004, nr 7, s. [7].

współczesny świat, „gorące” tematy i możliwość wyrobienia sobie własnego zdania w tej i owej sprawie. [...] sądzimy, że czyta nas przyszła inteligencja – przynajmniej o tym marzymy i takie właśnie potrzeby chcemy spełnić. Wszystko co powyżej, plus oczywiście odpowiednia dawka rozrywki, bo przecież są to właśnie zrównoważone sfery życia normalnego, myślącego, nowoczesnego człowieka²⁶.

4.4.3. *Jak wydać powieść?*²⁷: książka na łamach pisma

Biorąc pod uwagę powyższą charakterystykę periodyku, wydawać by się mogło, że książka odgrywała na jego łamach bardzo ważną rolę. Jednakże analiza zawartości periodyku zdaje się nie do końca potwierdzać taką tezę. Naturalnie literatura była przedmiotem wspomnianych wcześniej opracowań, przygotowujących czytelników do egzaminów maturalnych i wstępnych, niemniej jednak, jak już to zostało zaznaczone we *Wstępie*, badaniu poddano treści, pomieszczone w wydaniu głównym każdego z omawianych czasopism, zaś w przypadku „Cogito” pominięto również materiały o charakterze *stricte* edukacyjnym, a zatem wszelkiego rodzaju dodatki wydawane łącznie z pismem, jak na przykład *Edukacja w liceum, czyli korepetycje z polskiego*, przykładowe *Arkusze maturalne* czy *Zeszyty licealisty*. Zawierały one omówienia lektur szkolnych, prezentowały sylwetki wybranych pisarzy, podpowiadały, jak poprawnie napisać wypracowanie z języka polskiego, przygotować ciekawą prezentację na egzamin maturalny, przywoływały konteksty literackie, słowem, stanowiły rodzaj materiałów powtórzeniowych, ściśle edukacyjnych, i ze względu na swój charakter nie zostały włączone do przedstawionej statystyki. Jednak analiza zebranych danych, odpowiadających wyznaczonym w pracy kryteriom, pozwoliła wyodrębnić, wzorem poprzednich pism, następujące kategorie informacji związanych z książką oraz podać przypadającą na każdą z nich liczbę²⁸.

Tabela 70. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Recenzje, omówienia, streszczenia	200
Wywiady	38
Reklamy książek	807
Sylwetki/portrety ^a	3
Artykuły, poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	32
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje znanych dzieł	27

²⁶ K. Droga, *Słowo do Czytelnika*, „Cogito” 1995, nr 14, s. 3.

²⁷ Tytuł jednej z publikacji: „Cogito” 2004, nr 17, s. 60.

²⁸ I w tym miejscu zachowano kolejność jak w analogicznych przypadkach w poprzednich rozdziałach, adekwatną do kolejności opisywanych kategorii.

Rodzaj informacji	Liczba ogółem
Konkursy i akcje	60
Listy bestsellerów	6
Listy czytelników, nawiązujące do zamieszczonej na łamach pisma informacji związanej z książką	brak
Inne ^b	211
Ogółem	1 384

^a Ze względu na niską liczbę, składającą się na tę kategorię, nie wyodrębniono jej w oddzielnym podrozdziale.

^b W tym przypadku do kategorii Inne zaliczono: *Klub Cogito*, opowiadania, fragmenty powieści, komiks, rubrykę *Czas na debiut* oraz wzmianki, informujące o wydawnictwach związanych z książką.

Źródło: badania własne.

Ogółem liczba informacji związanych z książką (1384), w porównaniu z dwoma wcześniej omówionymi periodykami młodzieżowymi, jest imponująca. Przypomnijmy: w przypadku „Filipinki” było ich 679, na łamach „Dziewczyny” odnaleziono ich 689. Jednak w odniesieniu do „Cogito” należy pamiętać o dwukrotnie większej częstotliwości pisma (dwa poprzednie tytuły były miesięcznikami), stąd porównanie liczbowe trzech prezentowanych czasopism należy traktować w określony sposób. Nadto, już w tym miejscu trzeba zaznaczyć, że zaszczytne pierwsze miejsce w tym względzie „Cogito” zawdzięcza dwóm rubrykom, tu zaliczonym do kategorii Inne: *Czas na debiut* oraz *Klub Cogito*. Pierwsza z nich towarzyszyła pismu od początku jego istnienia, zamieszczano ją również przez cały badany okres. Natomiast *Klub Cogito* drukowano na łamach dwutygodnika z krótkimi przerwami, ale był jednym z najczęściej pojawiających się elementów.

Biorąc pod uwagę szczególnie pierwszy z wymienionych czynników, zwraca jednak uwagę większa (w porównaniu z dwoma rywalami) liczba ogłoszeń wydawniczych (807). Jak wykazano w analizie, oferta wydawców była jednakże w dużym stopniu monotematyczna, uwzględniała przede wszystkim charakter periodyku, co dokładniej zostanie wykazane w dalszej części rozdziału. Warta podkreślenia jest duża liczba konkursów, proponowanych przez „Cogito”. Większość z nich miała, o czym już wspomiano, charakter paraliteracki, ukierunkowane one były często na kształtowanie umiejętności poprawnego pisania, rozwijanie wyobraźni, sprawdzenie wiedzy, także tej przekazywanej w periodyku.

Trzecią pod względem wielkości kategorią jest grupa określona mianem „inne”, której znaczna część (podobnie jak w przypadku „Filipinki”

i „Dziewczyny”) stanowiły, reprezentujące najważniejsze informacyjne gatunki dziennikarskie²⁹, wzmianki i notatki prasowe.

Jakkolwiek na łamach „Cogito” odnaleźć można również zaliczane do ambitniejszych gatunków dziennikarskich felietony czy dyskusje, to jednak nie podejmowały one tematów, które zostały określone w tytule książki. Z kolei recenzje, zaliczane do tej właśnie grupy, nie do końca odpowiadały swej definicji, jako że podobnie jak było to w przypadku dwóch wcześniejszych miesięczników, zbliżały się niebezpiecznie do obszaru charakterystycznego dla gatunków informacyjnych, a ich publicystyczny charakter w wielu przypadkach był wątpliwy. Jednak, podobnie jak w odniesieniu do dwóch wcześniejszych pism, tak i tu, zaliczono je do kategorii recenzji. Jednocześnie, zajmując miejsce pośrednie pomiędzy obszarem informacji a publicystyki, wydają się bardziej, niż tego typu informacje pomieszczane na łamach „Filipinki” i „Dziewczyny”, spełniać wymogi stawiane tej formie informacji o książce.

Wymienione w tabeli 70 materiały odnaleźć można było w całym niemal periodyku, a tylko niektóre z nich zamieszczano na stronach, poświęconych wydarzeniom kulturalnym. Charakterystyczne dla pisma jest to, że poświęcony im dział jedynie w 2003 r. nosił nazwę adekwatną do drukowanych w nim treści (*Top kultura*). W pozostałych rocznikach odnaleźć można pojedyncze rubryki, najczęściej występujące oddzielnie, jako np. *Książka, Film, Muzyka* → *Muza*, bez przydzielenia ich do konkretnego działu³⁰. W roku 2001 i częściowo 2002 wybrane kwestie kulturalne drukowano w ramach *Variétés*, niekiedy także w dodatkowej rubryce *Idole i fani* → *Fani i idole*, od numeru 12 (2002) pozostawiając jedynie drugą z wymienionych rubryk. Pierwsze wydanie w 2003 r. powitało czytelników m.in. nowym działem, wspomnianą *Top kulturą*, drukowaną do numeru 10 w tym samym roku włącznie. W numerach 11 i 12 zabrakło tego działu, jednak od wydania 14 pojawiły się dwie oddzielne rubryki: *Zaprosz ją do kina* oraz *Wasz didżej gra dzisiaj...→ Wasz dj gra dzisiaj*. Od numeru 16 (2003) zaproponowano czytelnikom dodatkowo propozycje wybranych lektur, przedstawiane w ramach rubryki *Wokół książki*³¹. Te trzy rubryki przetrwały niemal rok, jednak w pierwszym numerze po wakacjach w roku 2004 (14) zabrakło miejsca na recenzje książek. Uznano być może, że czytelników „Cogito” bardziej interesują nowości muzyczne i filmowe, pozostawiono bowiem dwie odpowiadające

²⁹ *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004, s. 155.

³⁰ Takich działów, jak to już zostało wcześniej powiedziane, w pierwszych latach pisma było niewiele, redakcja prezentowała proponowany materiał w ramach mniejszych objętościowo i merytorycznie rubryk.

³¹ Nazwa *Wokół książki* została zastąpiono w numerach 12 i 13 (2004) przez *Książkę na wakacje*.

im rubryki. Kolejna zmiana w obrębie interesujących nas zagadnień nastąpiła od numeru 1 w 2005 r., kiedy rubryka muzyczna i filmowa zmieniły nazwę analogicznie na: *Muza* i *Film*, do których od numeru 12 w tymże roku dołączyła *Książka*, gdzie umieszczono *Klub Cogito*. W kolejnym (13) numerze tejże rubryki zabrakło, pojawiła się ona w wydaniu 14 w formie wakacyjnej jako *Książka na lato*. Od numeru 15 (2005) nastąpiły sygnalizowane wcześniej wyraźne zmiany, które znalazły swój wyraz także w obrębie zagadnień kulturalnych. Odtąd, aż do końca badanego okresu, rubryki *Książka*, *Film*, *Muzyka* zamieszczano w ramach działu *Życie*. Osobą odpowiedzialną za zagadnienia kulturalne była przez cały badany okres O. Siewko, aczkolwiek tylko sporadycznie w stopce redakcyjnej pojawiało się określenie jej funkcji.

Informacje kulturalne zajmowały od 1 do 4 stron, drukowane były w różnych częściach pisma, chociaż najczęściej w drugiej jego połowie.

Jak wynika z przedstawionego powyżej opisu, rubryka związana z recenzjami wybranych książek nie była stałym elementem w strukturze pisma. W numerach, w których jej zabrakło, pojawiał się *Klub Cogito*, w którym prezentowano tytuły, dostępne w księgarni wysyłkowej Wydawnictwa Aga-Press. Tę formę związaną z książką zdecydowano zaliczyć do kategorii Inne, jako informację bibliograficzną; pełna jej prezentacja zostanie przedstawiona w dalszej części rozdziału.

4.4.3.1. *Znajdź czas na bestseller*³²: miejsce recenzji w układzie pisma³³

W ciągu pięciu analizowanych lat na łamach „Cogito” pojawiło się w sumie 200 recenzji, omówieni streszczeń. W tabeli 71 przedstawiono ich liczbę w kolejnych latach.

Tabela 71. Recenzje, omówienia i streszczenia książek zamieszczane na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Rok	Liczba recenzji, omówień i streszczeń
2001	9
2002	3
2003	94
2004	58
2005	36
Ogółem	200

Źródło: badania własne.

³² Tytuł krótkiej wzmianki dotyczącej książki, „Cogito” 2003, nr 12, s. 34.

³³ Przypomnijmy: do recenzji nie zaliczono omówień książek, prezentowanych w ramach *Klubu Cogito*. Jak już zostało to powiedziane, zakwalifikowano je do materiałów informacyjno-bibliograficznych.

Najmniejsza liczba recenzji, omówień i streszczeń pojawiła się na łamach dwutygodnika w okresie, kiedy brakowało w nim rubryki recenzyjnej³⁴. Niemal wszystkie odnotowane wówczas omówienia zamieszczono w rubryce: *Variétés*. W kolejnych badanych rocznikach liczba recenzji, jakkolwiek zdecydowanie wyższa, przejawiała tendencję zniżkową (94–58–36). Było to w dużej mierze konsekwencją niesystematyczności jej zamieszczania. Jak wynika z przedstawionej wcześniej charakterystyki, była ona obecna (pod różnymi nazwami) na łamach pisma w 2003 i częściowo 2004 r., a następnie, po kilku miesiącach nieobecności, pojawiła się ponownie od numeru 14 w 2005 r. Kolejno funkcjonowała jako: *Dobre powieści zawsze na topie* → *Dobra literatura* → *Literatura na topie* → *Top literatura*³⁵, następnie pojawiła się nazwa *Wokół książki*³⁶, *Książka na wakacje*³⁷, *Książki na lato*³⁸, by wreszcie przyjąć nazwę *Książka*³⁹. Wybrane przykłady prezentują formę omawianej strony recenzyjnej (zdjęcia 187–192).

³⁴ W tym czasie systematycznie zamieszczano informacje bibliograficzne dotyczące książek w wysyłkowym *Klubie Cogito*. Zatem małą liczbę recenzji można tłumaczyć tym właśnie faktem.

³⁵ Wymienione nazwy rubryki obowiązywały w numerach 1–10 w 2003 r., drukowano je w ramach działu *Top kultura*.

³⁶ „Cogito” 2003, nr 16–21; 2004, nr 1–11 łącznie.

³⁷ „Cogito” 2004, nr 12 i 13.

³⁸ „Cogito” 2005, nr 14.

³⁹ „Cogito” 2005, nr od 15 do 22.



Zdjęcie 187. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito” „Cogito” 2003, nr 3, s. 30

Zdjęcie 188. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito” „Cogito” 2003, nr 4, s. [52]





Zdjęcie 189. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito” „Cogito” 2003, nr 8, s. [52]



Zdjęcie 190. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito” „Cogito” 2003, nr 17, s. [22]



Zdjęcie 191. Przykładowa strona recenziyjna na łamach „Cogito” „Cogito” 2004, nr 9, s. 66



Zdjęcie 192. Przykładowa strona recenziyjna na łamach „Cogito” „Cogito” 2005, nr 19, s. 57

Przedstawione przykłady obrazują ewolucję interesującej nas strony recenzyjnej. W 2003 r. była ona stosunkowo skromna pod względem graficznym, w pierwszych numerach dzieliła miejsce z innymi informacjami kulturalnymi. Kiedy zmianie uległa jej nazwa, na prezentację wybranych książek zaczęto poświęcać całą stronę, zaś przy poszczególnych recenzjach pojawiały się dodatkowe elementy: poza kopią okładki niekiedy był to wybrany cytat, czasem rada, która stanowiła jednocześnie ocenę proponowanego tytułu, innym razem uwaga, w której recenzent starał się raz jeszcze wskazać na te cechy prezentowanej lektury, które wzbudziły w nim szczególne uczucia lub na które przy czytaniu należało mieć szczególne baczenie. W kolejnych numerach pojawiał się na tej stronie również konkurs literacki bądź taki, w którym nagrodą była książka. W porównaniu z pierwotną koncepcją nowy pomysł pozwalał na wyraźniejsze oddzielenie od siebie poszczególnych omówień, wprowadzając również ciekawe rozwiązania graficzne. Strona stała się różnokolorowa, przy czym zachowano stałe tło dla poszczególnych recenzji: białe, czerwone, niebieskie i żółte. W 2005 r., po kolejnej modyfikacji rubryki, jej forma stała się prostsza, skromniejsza także pod względem kolorystyki. Jednocześnie zwiększono objętość poszczególnych omówień i przypomniano sobie o podawaniu nazwy wydawcy rekomendowanych książek. Przy jednej z nich zamieszczano odtąd systematycznie zaproszenie na stronę internetową pisma, na której czytelnik mógł odnaleźć więcej propozycji książkowych.

Na stronie recenzyjnej zamieszczano od jednej do sześciu omówień. Ich objętość wahała się od kilku do kilkunastu zdań. W 48 przypadkach były one anonimowe, pod pozostałymi odnaleźć można nazwiska: O. Siewko (w 128 przypadkach), J. Szeligowskiej (16-krotnie), E. Nowak (3 razy), A. Krasnodębskiej (czterokrotnie), L. Janiona, K. Zadros (raz).

4.4.3.1.1. Zakres i charakter recenzji – przykłady⁴⁰

W trakcie pięciu poddanych analizie lat na łamach pisma zaproponowano w formie recenzji książki 159 autorów, w tym 54 pisarzy polskich i 105 obcych (zob. Aneks 53. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005). Stosunkowo rzadko sięgano częściej niż raz po książkę tego samego twórcy. W tabeli 72 zaprezentowano nazwiska tych, którzy pojawili się w recenzjach przynajmniej trzy razy.

⁴⁰ Podrozdział obejmuje wszystkie recenzje, zamieszczone w periodyku, bez względu na ich lokalizację.

Tabela 72. Pisarze, którzy pojawili się w recenzjach książek przynajmniej trzykrotnie na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba recenzji	Tytuły recenzowanych książek
Arturo Pérez-Reverte	4	<i>Fechtmistrz</i> <i>Królowa Południa</i> <i>Ostatnia bitwa templariusza</i> <i>Szachownica flamandzka</i>
Paul Auster	3	<i>Księga złudzeń</i> <i>Myslałem, że mój ojciec jest Bogiem</i> <i>i inne opowiadania z audycji rozgłośni NPR</i> <i>Noc wyroczni</i>
Vladimir Nabokov	3	<i>Pnin</i> <i>Rozpacz</i> <i>Zaproszenie na egzekucję</i>
Ewa Nowak	3	<i>Krzywe 10</i> <i>Wszystko, tylko nie mięta (dwukrotnie)</i>
Gabriel G. Márquez	3	<i>O miłości i innych demonach</i> <i>Opowiadania</i> <i>Sto lat samotności</i>

Źródło: badania własne.

To skromne, w porównaniu z analogicznymi w poprzednich rozdziałach, zestawienie świadczy o dużej różnorodności twórców, wybieranych przez periodyk. Ponadto, nawet w tak skromnym wykazie dominują pisarze obcy, zaś jedyna rodzima autorka była pedagogiem współpracującym z dwutygodnikiem, stąd recenzje jej książek miały w tym przypadku charakter autopromocji samego periodyku. Pozostali autorzy znani byli szerszemu gronu czytelników, choć twórczość każdego z nich miała inny charakter.

Zaledwie w 15 przypadkach przywołano dwukrotnie nazwisko tego samego twórcy. W tej grupie znaleźli się: Michaił Bułhakow, Cuca Canals, Michael Cunningham, Salvador Dali, Joanna Fabicka, Ida Fink, Hella Haasse, Patricia Highsmith, Haruki Murakami, Vidiadhar S. Naipaul, Amélie Nothomb, Sheila O'Flanagan, Jerzy Pilch, Eric Emanuel Schmitt oraz Mika Waltari. I tu literatura rodzima była skromnie reprezentowana: pojawiły się tylko dwa nazwiska polskich autorów, przy czym jedno z nich należało do twórcy bardzo popularnego w objętych analizą latach. Z jednej strony periodyk starał się prezentować książki pisarzy popularnych, goszczących na listach bestsellerów, i dzięki temu znanych szerszemu gronu odbiorców, albo takich, którzy znani byli dzięki otrzymanej nagrodzie. Obok omówienia książek autora *Mojego pierwszego samobójstwa*, na uwagę zasługuje prezen-

tacja książek laureata Literackiej Nagrody Nobla, autora *Domu pana Biswasa* (warto zaznaczyć, że ich recenzje pojawiły się odpowiednio dwa i trzy lata po otrzymaniu przezeń tego prestiżowego wyróżnienia), a także recenzja książki Isabel Allende, Elfride Jelinek, Imre Kertésza, ale również Stephen Kinga, Krystyny Siesickiej czy Olgi Tokarczuk.

Z drugiej jednak strony, jeśli przyjrzymy się pełnej liście autorów recenzowanych tytułów, zauważymy, że dominowała jednak tendencja do przedstawiania książek twórców mniej znanych. Wśród pisarzy obcych pojawili się na przykład David Colbert, Francisco Coloane, Lars Saabye Christensen, Jane Dunn, Stephanie Gertler, Pete McCarthy, Arto Paasilinna czy Susan Vreeland. Natomiast wśród mniej znanych autorów polskich, których twórczość prezentowano w formie recenzji, znaleźli się m.in. Krzysztof Fordoński, Katarzyna Gławińska, Tomasz Markowicz, Bogdan Prejs, Agnieszka Rotkiewicz czy Mikołaj Wójcik.

Przeważająca część recenzji, omówień i streszczeń dotyczyła powieści, zaledwie trzykrotnie przedstawiono słowniki (na przykład *Słownik angielsko-polski, polsko-angielski wyrazów zdradliwych* Krzysztofa F. Rudolfa), raz sięgnięto po album (*Kontynenty w obiektywie*), podobnie raz w oczach recenzentów uznanie znalazł atlas (*Atlas. Archeologia świata*) oraz komiks (*Jeremi*, t. 1). Kilkakrotnie zrecenzowano poezję (na przykład *128 Bardzo Ładnych Wierszy Stworzonych Przez Sześćdziesięcioro Ośmioro Poetek i Poetów Polskich* Leszka Kołakowskiego) oraz zbiór opowiadań (m.in. *Myślałem, że mój ojciec jest Bogiem i inne opowiadania z audycji rozgłośni NPR* Paula Austera; *Opowiadania*, G. G. Márqueza; *Przyjaciel Kafki* Isaaca B. Singera).

Jak już wcześniej wspomniano, recenzje, omówienia i streszczenia obejmowały od kilku do kilkunastu zdań, nie zawsze podpisywanych przez ich autora. W większości przypadków tytuły tego typu omówień były jednocześnie tytułami proponowanych książek. Pod względem formalnym ta postać informacji o książce były bardzo niestarannie przygotowywana. Jedynym elementem bibliograficznym, poza autorem i tytułem proponowanej książki, podawanym przez recenzentów, była nazwa wydawcy, ale nawet i ona została pominięta w 91 (na 200) przypadkach. Nie uwzględniano nazwiska tłumacza w przypadku przekładu, nie dbano również o podanie miejsca i roku wydania opisywanego tytułu. Być może uznano, że braki te zrekompensuje czytelnikom kopia okładki proponowanej książki, umieszczana obok recenzji.

Ta forma informacji o książce składała się zazwyczaj z krótkiej prezentacji autora, zwięzłego streszczenia głównych wątków danej książki, niekiedy przedstawienia w kilku słowach głównego bohatera oraz (zazwyczaj) krótkiej oceny polecanego tytułu. Częściej, niż było to w przypadku miesięczników „Filipinka” i „Dziewczyna”, określano adresata książki,

stwierdzając np.: „dla smakoszy powieści psychologicznej”⁴¹, „wielbicielom dobrej powieści historycznej polecam...”⁴², „dla smakoszy dobrej literatury”⁴³, „dla fanów twórczości Tolkiena”⁴⁴, „dla wytrwałych i nietuzinkowych głów”⁴⁵, „lektura obowiązkowa dla wszystkich teatromanów!”⁴⁶, „dla koneserów dobrej powieści!”⁴⁷.

Treść lektury była rozmaicie przedstawiana. Niekiedy ograniczano się do podania kilku suchych faktów, kreśląc ogólne tło powieści, innym razem konstruowano streszczenie w sposób intrygujący, który miał rozbudzić w czytelniku ciekawość, kiedy indziej rozpoczynano opis od pytań. Oto kilka wybranych przykładów odpowiadających tym cechom:

Mamy lata pięćdziesiąte, powojenną Austrię, która jeszcze nie otrząsnęła się z II wojny światowej. Anna Rainer, Sophie i Hans mają po 17–19 lat, wchodzą w dorosłość, ale z bagażem nie tyle własnych przeżyć, co doświadczeń, lęków ich własnych rodziców. I choć młodzi próbują żyć inaczej, uwikłani są w swą przeszłość. Tworzą między sobą skomplikowane, nie zawsze etyczne, ale na pewno kontrowersyjne relacje⁴⁸.

Relacja, a raczej pamiętnikarska spowiedź młodej dziewczyny, która mieszka na podupadłej farmie razem z apodyktycznym ojcem i dwojgiem czarnych służących...⁴⁹.

Główny bohater, zwykły mieszkaniec zwykłego współczesnego miasteczka, żyje sobie spokojnie swoim zwykłym życiem. Jednak pewnego dnia przyjaciel przysłał mu tajemniczą fotografię przedstawiającą owce na pastwisku. Jedna z owiec ma na grzbiecie gwiazdę. Od tego momentu życie bohatera przestaje być zwyczajne...⁵⁰.

Główną bohaterką jest Lilly, która opowiada różne historie z życia swoich znajomych, przyjaciół, historie są tyleż ciekawe, co czasem aż nieprawdopodobne. Bohaterami są Chinki, młode, piękne, stare, opuszczone przez najbliższych...⁵¹.

Czy myśleliście kiedyś o tym, ile jest wart żeton telefoniczny? Parę groszy czy może całe życie? Albo jak odróżnić człowieka od jego wiernej kopii?⁵²

Jakbyś się czuł, budząc się pewnego dnia i nie wiedząc, kim jesteś, pozbawiony przeszłości i wspomnień?⁵³

Czy pierwsza miłość zasługuje, by dać jej po latach drugą szansę?⁵⁴

⁴¹ „Cogito” 2003, nr 3, s. 30.

⁴² „Cogito” 2003, nr 8, s. 52.

⁴³ „Cogito” 2003, nr 5, s. [47].

⁴⁴ „Cogito” 2003, nr 6, s. [54].

⁴⁵ „Cogito” 2005, nr 19, s. 57.

⁴⁶ „Cogito” 2003, nr 5, s. [47].

⁴⁷ „Cogito” 2003, nr 6, s. [54].

⁴⁸ „Cogito” 2005, nr 21, s. [61].

⁴⁹ „Cogito” 2004, nr 9, s. 66.

⁵⁰ „Cogito” 2003, nr 17, s. [22].

⁵¹ „Cogito” 2005, nr 17, s. [61].

⁵² „Cogito” 2004, nr 7, s. 60.

⁵³ „Cogito” 2003, nr 17, s. [22].

⁵⁴ „Cogito” 2003, nr 19, s. [66].

Oceny proponowanych książek przyjmowały różną formę: od osobistych wyznań („To jedna z najciekawszych biografii, jakie przeczytałam”⁵⁵, „To się naprawdę świetnie czyta”⁵⁶), poprzez odwołanie się do popularności danego tytułu („No i przebój ostatniego miesiąca”⁵⁷, „Okrzyknięto ją rosyjską Masłowską, odważnym głosem młodych Rosjan”⁵⁸, „Książka Niemiego zrobiła w Szwecji prawdziwą furorę”⁵⁹), a kończąc na lapidarnych określeniach („rewelacja!”, „niezwykle inteligentna i realistyczna opowieść”, „kosmiczna, odlotowa powieść”, „urokliwa i subtelna powieść”, „odjazd totalny”).

Nadto, jak już wspomniano wcześniej, przy niektórych omówieniach pojawiały się dodatkowe elementy: cytaty zaczerpnięte z proponowanej książki, rada lub uwaga. Często na tej samej stronie proponowano czytelnikom udział w konkursie literackim.

Poza rubryką do tego przeznaczoną, znalazło się 40 recenzji. Obok wcześniej wspomnianej (*Variétés*) omówienia pojawiły się w następujących miejscach: *Active – style*, *Co się dzieje*, *Czas na debiut*, *Imprezownik*, *Lato uczuć*, *Okiem psychologa*, *Tu i teraz*. Prezentacje książek w nich drukowane nie różniły się niczym szczególnym od tych zamieszczanych w rubryce recenzyjnej, choć, co ciekawe, przy tych opisach pojawiała się nierzadko nazwa wydawcy (często pomijana w omówionej wyżej rubryce), a w kilku przypadkach posiadały one odrębny tytuł (wśród 200 recenzji tak było tylko 32 razy). Do ciekawszych pomysłów należały następujące tytuły: *Kto kocha Kraków, czyta Mrożka*, *Powieść z kluczem... nie tylko dla faceta*, *Przekleństwo imienia*, *Strefa śmiechu z Jeremim*⁶⁰.

Recenzowane książki pochodziły z oferty 42 wydawców⁶¹ (Aneks 54. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005). W tabeli 73 przedstawiono tych wydawców, których dorobek cieszył się największym zainteresowaniem recenzentów.

⁵⁵ „Cogito” 2003, nr 4, s. 52.

⁵⁶ „Cogito” 2005, nr 19, s. 57.

⁵⁷ „Cogito” 2003, nr 8, s. 52.

⁵⁸ „Cogito” 2004, nr 10, s. 56.

⁵⁹ „Cogito” 2003, nr 10, s. [65].

⁶⁰ Kolejno: „Cogito” 2003, nr 11, s. [76]; nr 12, s. 36; 2001, nr 7, s. 40; 2003, nr 12, s. 83.

⁶¹ W 91 przypadkach pominięto ten element. Na potrzeby rozprawy brakujące informacje uzupełniono na podstawie „Przewodnika Bibliograficznego” w wersji *on line*, www.bn.org.pl, październik 2011.

Tabela 73. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba tytułów
Wydawnictwo Muza SA	35
Wydawnictwo W.A.B.	22
Oficyna Literacka Noir sur Blanc	19
Dom Wydawniczy REBIS	17
Wydawnictwo Książnica	15
Wydawnictwo Literackie	14
Spółeczny Instytut Wydawniczy Znak	10

Źródło: badania własne.

Interesujący wydaje się fakt, że w zestawieniu (tab. 73) zabrakło jednej z największych oficyn w tamtym okresie, Wydawnictwa Prószyński i S-ka. Recenzenci „Cogito” zaledwie trzykrotnie sięgnęli po tytuły tego edytora, natomiast jego książki były znacznie chętniej prezentowane na łamach dwóch wcześniej przedstawianych pism. Pozostałe oficyny gościły w niemal równym stopniu w trzech omawianych periodykach. W przypadku „Cogito” rzadziej sięgano po propozycje mniej znanych edytorów, do których należeli: Agencja Edytorska Ezop, Wydawnictwo Europa, KOS i Wydawnictwo PUNKT.

Porównując wstępnie recenzje, streszczenia i omówienia, zamieszczone na łamach trzech omówionych pism młodzieżowych, należy zauważyć, że w przypadku „Cogito” były one pod względem merytorycznym ciekawiej przygotowywane (jak już było to sygnalizowane wcześniej), a zarazem najbardziej, spośród tego typu gatunków reprezentowanych w omawianych periodykach młodzieżowych, odpowiadały definicji recenzji. Znalazło się w nich miejsce na przedstawienie treści, osobiste zdanie recenzenta, a więc element wartościujący na temat proponowanej książki. Z pewnością recenzje, omówienia i streszczenia drukowane na łamach „Cogito”, nie były tak powierzchowne jak te, które czytelnikom oferowano na łamach miesięcznika „Dziewczyna”.

Forma graficzna recenzji, podobnie jak całego dwutygodnika „Cogito”, w miarę upływu czasu ulegała poprawie, zaś w latach 2003–2005, kiedy zdecydowano o drukowaniu rubryki recenzyjnej, była już ciekawie opracowywana, choć należy podkreślić, że zyskała na przejrzystości dopiero po kolejnej modyfikacji, gdy anonsowana była tytułem *Wokół książki*.

Natomiast pod względem formalnym recenzje te pozostawiały wiele do życzenia. Wydawać by się mogło, że grono profesjonalistów, wśród których dominowali nauczyciele, powinno zdawać sobie sprawę z wagi podawania źródeł. Tymczasem, co już powyżej kilkakrotnie podkreślono, brakowało rzetelnego opisu bibliograficznego proponowanych lektur; w optymalnej

wersji recenzji czytelnik odnaleźć mógł jedynie trzy elementy opisu bibliograficznego proponowanej lektury: nazwisko autora, tytuł książki i nazwę jej wydawcy.

Trudno znaleźć wspólny mianownik dla przedstawianych książek, chociaż wydaje się, co już podkreślono, że poza tendencją do prezentacji książek autorów obcych zarysowuje się tu skłonność redakcji do pisania o twórczości mniej znanych twórców, obok znacznie rzadszego przywoływania nazwisk znanych z pierwszych miejsc list bestsellerów. Świadczyć to może o założonym przez redakcję wysokim poziomie intelektualnym czytelników pisma, których mniej interesują powieści K. Siesickiej (tylko jeden tytuł omówiony), w ogóle nie ciekawią książki Katarzyny Grocholi, Helen Fielding czy Olgi Tokarczuk, (brak recenzji twórczości tych autorek), a chętniej sięgną po twórczość G. G. Márqueza, Vladimira Nabokova czy I. B. Singera.

4.4.3.2. *Mam pogodne usposobienie*⁶²: wywiady

W latach 2001–2005 na łamach omawianego dwutygodnika zamieszczono w sumie 38 wywiadów z osobami bezpośrednio bądź pośrednio związanymi z książką. W tabeli 74 przedstawiono ich liczbę w poszczególnych latach.

Liczba wywiadów w poszczególnych latach, choć wyrównana, jest jednocześnie skromna: średnio osiem w ciągu roku oznacza, że nie pojawiały się one nawet w co drugim numerze omawianego dwutygodnika.

Tabela 74. Wywiady z osobami związanymi ze światem literatury, zamieszczane na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Rok	Liczba wywiadów
2001	7
2002	6
2003	9
2004	7
2005	9
Ogółem	38

Źródło: badania własne.

Rozmowy z przedstawicielami świata literackiego zamieszczano zazwyczaj w rubrykach, zatytułowanych *Art-rozmowa*, *Gość Cogito* → *Gość numeru*, *Rozmowa Cogito*, *Spotkanie*. Rzadziej tę formę prezentacji sylwetki

⁶² Tytuł wywiadu, przeprowadzonego z J. Chmielewską, „Cogito” 2002, nr 1, s. 4.

znanego twórcy odnaleźć można było w ramach *Akademii Cogito: obraz, słowo, scena, warsztaty dziennikarskie; Studia, rekrutacja...*; w pojedynczych przypadkach w ramach takich rubryk, jak: *Liderzy; Mówią autorzy bestsellerów; Mówisz i masz; Studenci w oczach wykładowcy*.

Zapis rozmowy zajmował przeważnie stronę lub dwie, wzbogacało je obowiązkowo zdjęcie rozmówcy i krótki biogram dotyczący jego osoby. Niekiedy na początku wywiadu drukowano lead, w którym sygnalizowano główne punkty wywiadu lub cytowano jego wybrane fragmenty. O ile w przypadku recenzji nie przywiązywano szczególnej wagi do ich tytułów, o tyle w odniesieniu do rozmów należy zauważyć, że poza dwoma przypadkami, gdy go pominięto, i czterema, gdy jego funkcję spełniało nazwisko rozmówcy, każdy z nich posiadał ciekawy, przykuwający wzrok tytuł. Oto kilka wybranych przykładów⁶³: *Człowiek jest kruchy i smaczny, Guru młodych, Herbert był kobieciarzem!, Jestem tu i teraz, Literatura jest dla maratończyków, Miłość napędza wszystko, Młodość z historią w tle, Pisarzem być czy zostać, Uciekam od maniery, Wierzę w anioły, Życie jest ciężłym poszukiwaniem*.

Wśród bohaterów tak zatytułowanych wywiadów znaleźli się m.in.: Joanna Chmielewska, Jacek Dukaj, Wojciech Jagielski, Zygmunt Kałużyński, Barbara Kosmowska, Wojciech Kuczok, Dorota Masłowska, Czesław Miłosz⁶⁴, Małgorzata Musierowicz, Mirosław Nahacz, Jerzy Pilch (dwukrotnie), Grzegorz Rosiński, Jacek Santorski, Sławomir Shuty, Joanna Siedlecka, Lew Starowicz, Andrzej Stasiuk, Janusz L. Wiśniewski. Niemal wszyscy goście pisma byli rodzimymi twórcami, a pełna lista ich nazwisk (zob. Aneks 55. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Cogito” w latach 2001–2005) wskazuje w znacznie większym stopniu niż było to w przypadku recenzji na zróżnicowane kryteria, którymi kierowała się redakcja pisma przy ich wyborze. Obok popularnych pisarzy młodzieżowych (D. Masłowska, M. Musierowicz, M. Nahacz) gośćmi periodyku byli również na przykład Jacek Santorski i Lew Starowicz. Do rozmowy zaproszono obok J. Pilcha, także twórcę bohatera komiksowego Thorgala, również satyryka i rysownika, Andrzeja Czczota, ale i poetę i piosenkarza, Roberta Kasprzyckiego czy autorkę biografii Zbigniewa Herberta, Joannę Siedlecką.

O ile recenzje często pozostawały anonimowe, o tyle w przypadku wywiadów dbano o podanie nazwiska dziennikarza, którzy je przeprowadzali. Byli to najczęściej: E. Barciszewska, K. Boczek, N. Kostrzewa, J. Szeligowska, A. Trojan i E. Woźnica.

⁶³ Kolejno: „Cogito” 2003, nr 2, s. 12–13; 2005, nr 19, s. 6–7; 2002, nr 12, s. [10]; 2005, nr 15, s. 49; nr 17, s. 39; 2002, nr 20, s. [10]–11; 2005, nr 17, s. 17; 2003, nr 7, s. 66; 2001, nr 3, s. 40–41; 2003, nr 10, s. 16–[17]; 2001, nr 6, s. 4–5.

⁶⁴ Wywiad został wydrukowany po śmierci Cz. Miłosa; był to zapis rozmowy przeprowadzony z poetą kilka lat wcześniej.

Powieściopisarzy pytano w niewielkim tylko stopniu o ich życie osobiste czy o to, jak sami siebie postrzegają, koncentrując się raczej na ich warsztacie pracy, źródłach pomysłów, a także na tym, w jakim stopniu bohaterowie ich książek posiadają swoje odpowiedniki w świecie rzeczywistym.

Na przykład W. Kuczok przyznał: „byłem wrażliwym chacharem”⁶⁵ [w gwarze śląskiej – łobuzem – przyp. M.P.S.], J. Chmielewska stwierdziła m.in.: „mam pogodne usposobienie i raczej pogodnie traktuję całą egzystencję”⁶⁶, zaś K. Grochola określiła siebie jako „Prawdziwą feministkę. Taką, jaką jest Wojciech Eichelberger”⁶⁷. Interesujących informacji czytelnikom pisma dostarczyły odpowiedzi rozmówców na pytania związane z ich twórczością. D. Masłowska wyznała, że swego rodzaju prototypem jej powieści (*Wojna polsko-ruska pod flagą biało-czerwoną*) była wymyślona przez nią gra planszowa, zaś I. Sowa przyznała, że bohaterki swoich książek obdarzyła własnymi wadami (na przykład rozkojarzeniem). Bohater innego wywiadu, J. L. Wiśniewski, opisał swoje przygotowania do stworzenia wiarygodnych sytuacji i bohaterów powieści *Zespoły napięć* czy *S@motność w sieci*, z których wizyta w gabinecie lekarza o specjalizacji kobiecej była jednym z przykładów.

Z kolei M. Nahacz nie musiał tworzyć takich sytuacji, jako że, jak wyznał:

Pisałem o sobie, otoczeniu, o ludziach urodzonych w tytułowym, moim roczniku. Książka jest zbudowana wokół autentycznej, bardzo udanej imprezy, która była czymś łączącym w sobie cechy innych balang jakoś tam typowych dla mojego otoczenia i chyba pokolenia, przynajmniej na ile je znam⁶⁸.

Ciekawych, choć jednocześnie wzbudzających ambiwalentne odczucia wrażeń dostarczył czytelnikom pisma wywiad ze znaną podróżniczką i autorką książek, Beatą Pawlikowską: „o przysmakach z małą, larw i ludzi, indiańskich obyczajach męsko-damskich i dżungli”⁶⁹ rozmawiała z nią A. Trojan, a choć pewne opisy mogły wzbudzić kontrowersyjne odczucia, to niektóre były interesujące (jak choćby stwierdzenie: „Różnimy się od Indian między innymi tym, że my chodzimy na polowanie do sklepu, a oni do dżungli”⁷⁰).

⁶⁵ *Dziecko na linii ognia*, z W. Kuczokiem rozm. K. Boczek, „Cogito” 2003, nr 17, s. 20.

⁶⁶ *Mam pogodne usposobienie*, z J. Chmielewską rozm. B. Zielińska, „Cogito” 2001, nr 1, s. 4.

⁶⁷ *Wierzę w anioły*, z K. Grocholą rozm. K. Boczek, „Cogito” 2003, nr 10, s. [17].

⁶⁸ Wywiad z M. Nahaczem, „Cogito” 2003, nr 9, s. 4.

⁶⁹ *Człowiek jest kruchy i smaczny*, z B. Pawlikowską rozm. A. Trojan, „Cogito” 2003, nr 2, s. 12.

⁷⁰ *Ibidem*.

Inny nieco charakter miały wywiady przeprowadzane ze specjalistami z dziedzin, które nierzadko gościły na łamach pisma. Psycholog, J. Santorski, podkreślając, że „Życie jest ciągłym szukaniem”, zwracał uwagę czytelników „Cogito”, by

znaleźć sobie miejsce w świecie zgodne ze swoim temperamentem i predyspozycjami. Człowiek musi rozeznaczyć się w sobie i uznać, co będzie dla niego najlepsze – ścieżka przedsiębiorczości i kariery czy pracy, która da pieniądze⁷¹.

Rozmowa z seksuologiem L. Starowiczem przyniosła wiele porad oraz wyjaśniła istotne dla młodego czytelnika kwestie⁷². Z kolei znana biografistka J. Siedlecka opowiedziała o swojej pracy przy pisaniu książki o *Panu od poezji*, podkreślając: „nie lubię pomników. Kto lubi? Młodzież szkolna? W każdym pomniku najciekawsze są dla mnie rysy i pęknięcia”⁷³. Te wywiady wpisywały się w kształcąco-edukacyjny charakter pisma. Jego odmienną specyfikę podkreślało nawiązanie do Zbigniewa Herberta⁷⁴, a także porady specjalistów w dziedzinach, które interesowały nastoletnich odbiorców, przedstawione w postaci nieporównywalnej pod względem formy z analogicznymi zagadnieniami, poruszonymi na łamach szczególnie miesięcznika „Dziewczyna”. Także wspomniane wcześniej wywiady z pisarzami kilkakrotnie zawierały wskazówki dla czytelników, na przykład nawiązując do często poruszanych kwestii dotyczących z rozwijania i pielęgnowania kompetencji literackich czytelników „Cogito”. M. Musierowicz radziła młodym nowicjuszom w fachu pisarskim:

Światło dzienne powinny widzieć tylko te utwory, które [autor – przyp. M.P.S.] uznaje za skończone i o których wie, że sam nic by już w nich nie zmienił. [...] Nie należy szukać wzorców, nie wolno pod żadnym pozorem nikogo naśladować. Trzeba być sobą, mówić po swojemu i niczego nie udawać⁷⁵.

W przytoczonych powyżej przykładach, podobnie jak w większości rozmów zamieszczanych na łamach „Cogito”, widoczne były cechy, charakterystyczne dla wymienionych przez niemieckiego teoretyka Hansa-Joachima Netzera dwóch typów wywiadów⁷⁶: prezentowały one sobą zarówno fakty informacyjne, dotyczące rozmówcy, jak i przedstawiały jego przekonania, a w pewnym stopniu również osobowość. Ich forma, sposób prezen-

⁷¹ *Życie jest ciągłym szukaniem*, z J. Santorskim rozm. A. Prymak, „Cogito” 2001, nr 6, s. 4.

⁷² *Nie tylko przyjemność*, z L. Starowiczem rozm. P. Felis, „Cogito” 2003, nr 16, s. 26–27.

⁷³ *Herbert był kobieciarzem*, z J. Siedlecką rozm. A. Trojan, „Cogito” 2002, nr 12, s. 11.

⁷⁴ Jego poezja nierzadko była także analizowana we wspomnianych dodatkach zawierających materiał powtórzeniowy do matury.

⁷⁵ *Autor pisze na własną odpowiedzialność*, z M. Musierowicz rozm. M. Kuźnik, „Cogito” 2005, nr 22, s. [37].

⁷⁶ *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004, s. 190.

tacji powodowały, że i ta forma informacji, związana poprzez osobę rozmówcy, z literaturą, wyróżniała się pozytywnie na tle wywiadów, przeprowadzanych na łamach miesięcznika „Dziewczyna”. Jednocześnie w większym niż w odniesieniu do recenzji stopniu redakcja kładła nacisk na wybór twórców znanych szerszej publiczności.

4.4.3.3. *Idealny prezent*⁷⁷: reklamy książek

O ile w przypadku dwóch wcześniej omawianych periodyków, „Filipinki” i „Dziewczyny” (zwłaszcza zaś drugiego tytułu), znaczną część reklam stanowiły ogłoszenia, proponujące zakup kosmetyków lub udział w kolejnych edycjach konkursów modowych, o tyle łamy „Cogito” zdominowane były przez anonse, zachęcające do kupna kolejnych numerów pisma z dodatkami specjalnymi, tablicami i arkuszami zawierającymi materiał powtórzeniowy do matury. Drugą grupę reklam stanowiły ogłoszenia promujące rozmaitego rodzaju informatory, repetytoria i słowniki. Kolejną grupę stanowiły reklamy przypominające o rozmaitych akcjach, organizowanych przez dwutygodnik. Niebagatelną grupę stanowiły również ogłoszenia promujące czasopismach, które mogły zainteresować odbiorców pisma. Zaledwie niewielką część wszystkich reklam stanowiły te, które proponowały literaturę młodzieżową. W sumie w trakcie pięciu analizowanych lat odnotowano 1343 ogłoszenia. A zatem, można wymienić następujące kategorie reklam, w których kolejno przedmiotem była:

- 1) książka,
- 2) autorkloma „Cogito” (wspomniany cykl dodatków specjalnych, akcje, inicjatywy pisma, związane z książką),
- 3) prasa.

Reklam, w których przedmiotem była książka, zamieszczono na łamach pisma **807**. W tabeli 75 zaprezentowano ich liczbę w poszczególnych latach, natomiast w tabeli 76 przedstawiono typy książek, które były przedmiotem interesujących nas anonsów.

Tabela 75. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Rok	Liczba ogłoszeń wydawniczych
2001	291
2002	220
2003	101
2004	115
2005	80
Ogółem	807

Źródło: badania własne.

⁷⁷ Hasło jednej z reklam, „Cogito” 2002, nr 19, s. [13].

Tabela 76. Typy książek reklamowanych
na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Typ książki	Liczba reklam
Beletrystyka, biografie, eseje i in.	94
Encyklopedie	34
Informatory	57
Kalendarze ^a	2
Leksykony	6
Podręczniki	5
Poradniki	13
Repetytoria	121
Rozmówki	43
Słowniki	367
Tablice maturalne	9
Testy	55
Vademecum	1
Ogółem	807

^a Zostały one uwzględnione w niniejszym zestawieniu ze względu na swój charakter: pierwszy z nich był rodzajem kalendarza-poradnika, drugi stanowił rodzaj samouczka językowego.

Źródło: badania własne.

Imponująca liczba ogłoszeń, jaka pojawiła się w ciągu dwóch pierwszych badanych lat, wynikała w znacznej mierze z charakteru tych inseratów, których przedmiot przede wszystkim były rozmaitego rodzaju słowniki, informatory lub repetytoria, a tylko w niewielkim stopniu beletrystyka. Tym samym specyfika tych anonsów składała się na spójny obraz omawianego periodyku, zdominowanego przez treści edukacyjno-kształceniowe. W tabeli 76 ta teza została potwierdzona.

Uwagę zwraca fakt, że najczęściej w ogłoszeniach wydawniczych pojawiała się propozycja zakupu słowników (tak było w 367 przypadkach) oraz różnego rodzaju repetytoriów (121 razy). Beletrystyka, biografie i eseje stanowiły przedmiot ogłoszeń zaledwie w 94 przypadkach. Stąd w zestawieniu zarówno nazwisk autorów polecanych tytułów, jak i na liście wydawców, reklamujących swoją ofertę dominowali odpowiednio: specjaliści – pedagodzy, językoznawcy i literaturoznawcy, zaś wśród wydawców – oficyny specjalizujące się w wymienionym typie literatury.

W inseratach odnaleźć można w sumie 133 nazwisk różnych autorów⁷⁸, w tym zaledwie 45 pisarzy. W tabeli 77 zaprezentowano nazwiska tych, którzy pojawili się przy okazji promocji tekstów o charakterze edukacyjnym.

⁷⁸ Do statystyki zaliczono nazwiska tylko pierwszych podanych autorów.

Tabela 77. Autorzy dzieł naukowych i oświatowych najczęściej reklamowani na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Dane twórcy	Liczba powtórzeń danego nazwiska	Tytuły reklamowanych tekstów
Piotr Kaczmarek	46	<i>Testy z języka angielskiego. 1. Egzamin na studia filologiczne oraz testy międzynarodowe</i>
Małgorzata Dzieduszycka	19	<i>Idiomy angielskie</i>
Lidia Kosonocka-Taber	18	<i>Angielski bez tajemnic, czyli uczymy się na cudzych błędach</i>
D. Jemielniak	9	<i>Angielski. Sztuka unikania błędów</i>
P. Szymański		<i>Testy z języka niemieckiego</i>

Źródło: badania własne.

Nazwiska tych autorów odnaleźć można zawsze przy okazji tego samego tytułu, wielokrotnie powtarzanego w ogłoszeniu.

Jak wcześniej zaznaczono, znacznie mniejszą liczbę nazwisk odnotowano przy analizie pełnej listy pisarzy. Wśród 45 pisarzy znalazło się 18 twórców polskich i 27 obcych, a zatem i w tym przypadku, podobnie jak było to w odniesieniu do recenzji, dominowali twórcy zagraniczni. Kiedy przyjrzymy się pełnemu zestawieniu, przekonamy się, że to nie jedyna zbieżność. W ogłoszeniach wydawniczych tego typu przeważali bowiem pisarze mniej popularni, choć jednocześnie najczęściej (dziewięciokrotnie) w inseratach pojawiło się nazwisko Grażyny Bąkiewicz, autorki znanych powieści młodzieżowych. Poza nią tyleż samo razy reklamowano książkę autorki, współpracującej z periodykiem, M. K. Piekarskiej. Dalsza analiza potwierdziła jednak tezę postawioną wyżej: pięciokrotnie zachęcano do kupienia książki Christophera Paolini, czterokrotnie reklamowano tytuł Bogdana Ogrodnika, trzy razy w inseratach pojawiło się nazwisko Neala Stephensona. Wśród pisarzy, których książki były przedmiotem ogłoszeń, dwukrotnie znaleźli się m.in.: Martin Bedford, Jonathan Carroll, Vivian Greek, David Lodge, Alex McAulay, Deborah Moggach oraz Tomasz Płużański (zob. Aneks 56. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005).

Reklamowane tytuły pochodziły w sumie z oferty 28 wydawców (zob. Aneks 57. Wydawcy książek reklamowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005). W tabeli 78 przedstawiono te oficyny, których nazwa pojawiała się w reklamach najczęściej.

Tabela 78. Wydawcy najczęściej reklamowanych książek na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

Nazwa wydawcy	Liczba reklam
Wydawnictwo Wiedza Powszechna	324
Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne	104
Langendscheidt Polska	68
Wydawnictwo Naukowe PWN	64
Przedsiębiorstwo Wydawnicze Harald	48
Wydawnictwo TELBIT	21
Dom Wydawniczy REBIS	43
Wydawnictwo Prószyński i S-ka	13
Oficyna Wydawniczo-Poligraficzna „Adam”	11
Wydawnictwo MAG	9

Źródło: badania własne.

Zestawienie jest logiczną konsekwencją tabeli 76. Rekordzistą jest w tym przypadku Wydawnictwo Wiedza Powszechna, specjalizujące się w ofercie słownikowej. Natomiast najwięksi edytorzy w badanym okresie, oferujący czytelnikom literaturę popularną, nie korzystali w ogóle albo tylko w nikłym stopniu z łamów „Cogito”. Potwierdza to wcześniej postawioną hipotezę, że ów periodyk postrzegany był na rynku raczej jako rodzaj „poradnika edukacyjnego” niżli periodyk młodzieżowy. Stąd na przykład Dom Wydawniczy REBIS, swoje (stosunkowo skromne) zainteresowanie tym tytułem jako nośnikiem promocji wyraził, pojawiwszy się tylko w trzech jego wydaniach, proponując czytelnikom w sumie 21 tytułów, z czego 2 wydane były w serii *Poradniki (7 nawyków skutecznego nastolatka* Seana Coveya oraz *Wszystko OK? Psychologia dla nastolatków* Dale`a i Hannah Carlson). Jeszcze skromniej prezentowało swą ofertę Wydawnictwo Prószyński i S-ka (proponując powieści G. Bąkiewicz) i Wydawnictwo W.A.B. (polecając m.in. książki Marka Krajewskiego).

Wszystkie inseraty wydawnicze, które odnaleźć można na łamach pisma, były starannie przygotowane, niektóre oficyny wykorzystywały za każdym razem ten sam schemat. Oto przykłady ogłoszeń wybranych edytorów (zdjęcia 193–199).



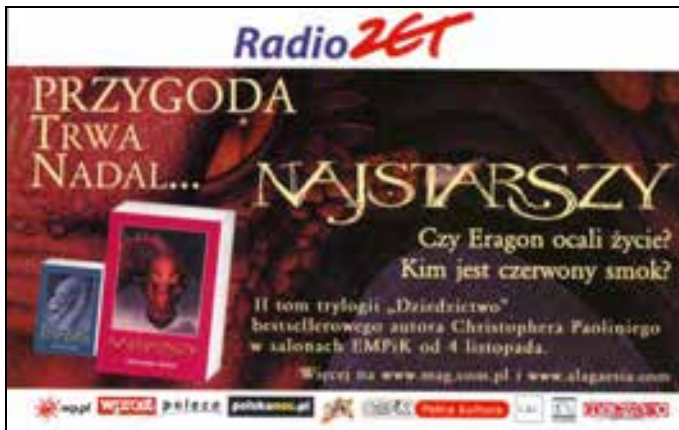
Zdjęcie 195. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”
„Cogito” 2001, nr 7, s. [23]



Zdjęcie 196. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”
„Cogito” 2001, nr 6, s. [47]



Zdjęcie 197. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone
na łamach „Cogito”
„Cogito” 2001, nr 11, s. [27]



Zdjęcie 198. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”
„Cogito” 2005, nr 19, s. 21

4.4.3.4. *Spotkaj swego pisarza*⁷⁹: inne formy informacji o książce

Na łamach „Cogito” odnaleźć można, poza już opisanymi, m.in. bogatą i zróżnicowaną grupę informacji, zaliczanych do gatunku wzmianek i notatek prasowych, tu określonych jako Inne. Obok nich, w tabeli 67. częściowo zobrazowano także liczbę i kategorię poszczególnych typów przekazu związanego z interesującym nas tematem. Warto niektóre z nich przypomnieć, i podobnie, jak w analogicznych przypadkach w poprzednich rozdziałach, przyporządkować je do poszczególnych grup:

- publikacje, nawiązujące do rynku wydawniczo-księgarskiego (32);
- adaptacje, ekranizacje oraz inscenizacje znanych dzieł (27);
- konkursy i akcje związane z książką, inicjowane bądź współorganizowane przez dwutygodnik, a także te, o których jedynie informował (60);
- inne (211)⁸⁰.



Zdjęcie 199. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito” 2002, nr 14, s. [15]

⁷⁹ Tytuł notki, informującej o 14. Krajowych Targach Książki w Warszawie, „Cogito” 2003, nr 13, s. 64.

⁸⁰ Zob. przyp. b w tab. 70, s. 595.

Podobnie, jak było w poprzednich przypadkach, tak i tu największą grupę stanowi kategoria Inne, ale uwagę zwraca również duża liczba rozmaitych konkursów, inicjowanych przez periodyk oraz niemała liczba publikacji, bezpośrednio bądź pośrednio związanych z książką. Zastanawiający jest natomiast brak listów od czytelników, którzy ustosunkowywaliby się do problemów związanych z interesującymi nas zagadnieniami, a poruszanych na łamach pisma oraz (poza trzema wątpliwymi wyjątkami⁸¹) brak portretów wybranych pisarzy. W pewnym stopniu kryteria tego typu publikacji spełniały dwa inne teksty, tu zaklasyfikowane jako ogólne, odnoszące się do wybranych twórców.

Wszystkie te informacje drukowane były w całym periodyku, choć niektóre posiadały swoje własne nazwy, jak np. *Klub Cogito* czy *Czas na debiut*.

4.4.3.4.1. *Wokół książki*⁸²: teksty poświęcone książce

Wśród 32 tekstów, związanych z literaturą, trudno odnaleźć konkretne i jednolite kryteria lub myśl przewodnią, którymi mogła kierować się redakcja. Pewnym tropem może być lokalizacja tego typu publikacji; niektóre z nich drukowano na przykład w takich rubrykach, jak *Akademia Cogito*, *Bank informacji*, *Po studiach praca*, *Promuj talent*, *Studia w pytaniach i odpowiedziach*. Inne jednak pojawiały się na stronach, na których zamieszczano zazwyczaj lżejsze teksty, na przykład w rubryce *Mieszmasz informacyjny*. Nie wszystkie publikacje miały poważny charakter, część czytelnik powinien potraktować z przymrużeniem oka.

Te, które należały do pierwszej grupy, odpowiadały edukacyjno-poradnikowemu charakterowi „Cogito”, wpisując się w zagadnienia związane z rozwojem potencjalnych zdolności pisarskich czytelników pisma z jednej strony, z drugiej zaś odnosiły się do podejmowanych przez maturzystów decyzji o kierunkach studiów.

Przykładem może być choćby tekst, w którym radzono, „jak wydać książkę?”⁸³. Proponowano udział w konkursach literackich, podjęcie próby samodzielnego wydania własnego debiutu lub „deptanie po piętach wydawcom”⁸⁴. Jeden z fachowców z branży radził Kogitowcom rozesłanie fragmentów utworów do wybranych periodyków literackich, inny – poznanie tajników warsztatu pisarskiego. Temat ten podjęto ponownie, wskazując na dobrą koniunkturę wydawniczą, podkreślając jednocześnie, że szczególnie

⁸¹ Do tej kategorii można byłoby np. zaliczyć wspomnienie o Janie Pawle II, a także prezentację M. Piekorz, która reżyserowała ekranizację powieści W. Kuczoka *Gnój*.

⁸² M. Rzymiski, *Wokół książki*, „Cogito” 2005, nr 15, s. 36–37.

⁸³ E. Woźnica, *Jak wydać książkę?*, „Cogito” 2002, nr 13, s. 74.

⁸⁴ *Ibidem*.

duże szanse na opublikowanie swej twórczość mają ci, którzy opiszą rzeczywistość wokół siebie, środowisko, w którym żyją, a zrobią to „językiem barwnym, oryginalnym i niebanalnym”⁸⁵. Po raz kolejny zachęcano do wzięcia udziału w organizowanych przez edytorów konkursach, prezentując zasady określone w inicjatywach tego typu, podejmowanych przez Świat Książki oraz Wydawnictwo Jacek Santorski & Co. Również młodym poetom radzono, jak powinni promować swój talent, uczulając przy tym nastoletnich debiutantów:

Nie należy wysyłać innym dopiero co napisanych wierszy – stan euforii po napisaniu jest dość naturalny, a by obiektywnie ocenić wartość wiersza, trzeba nabrać do niego dystansu. To przychodzi z czasem⁸⁶,

ostrzegając jednocześnie, by nie zasypywali wydawców zbyt dużą liczbą wierszy, a swe pierwsze kroki stawiali w mniejszych miastach, nawiązując kontakty z domami kultury lub bibliotekami, które niekiedy mogą pomóc w wydaniu tomiku wierszy. Sprecyzowano również zasady, do których powinien dostosować się debiutujący poeta, by jego wiersze były „coraz lepsze”: m.in. „czytać, czytać, czytać dużo poezji. Brać udział w warsztatach literackich – one czasem całkowicie zmieniają podejście do swojej twórczości. Uczestniczyć w spotkaniach literackich...”⁸⁷.

Dbając o karierę zawodową swoich podopiecznych, redakcja pisała również o pracy z książką, przywołując m.in. dane statystyczne dotyczące liczby działających w Polsce wydawnictw i możliwości zatrudnienia w nich⁸⁸. Wyjaśniano również, jaką rolę pełnią „Ludzie z branży” i, pamiętając o swej dydaktycznej funkcji, przypomniano, że „aby wyprodukować książkę, potrzebna jest gruntowna wiedza”⁸⁹. Wskazywano w związku z tym, gdzie i w ramach jakich specjalizacji na uczelniach wyższych można zdobyć odpowiednie wykształcenie. Z kolei w rubryce *Tam będzie praca* pisano o studiach bibliotekoznawczych i perspektywach, jakie daje ten właśnie kierunek. Podkreślano: „Choć czytelnictwo w Polsce spada, bibliotekoznawcy nie narzekają na brak zajęcia”⁹⁰, wskazując na liczne możliwości zatrudnienia po ukończeniu nauki.

Niewielka część tekstów zaliczonych do opisywanej kategorii traktowała o kwestiach ściśle literackich. Dwukrotnie pisano o komiksie: raz podejmując próbę przybliżenia czytelnikom jego japońskiej odmiany, jaką jest

⁸⁵ [br. aut.], *Jak wydać powieść* [pis. oryg.], „Cogito” 2004, nr 17, s. 60.

⁸⁶ [br. aut.], *Młodzi poeci, do piór!*, „Cogito” 2002, nr 19, s. [67].

⁸⁷ *Ibidem*.

⁸⁸ M. Rzymski, *Wokół książki*, „Cogito” 2005, nr 15, s. 36–37.

⁸⁹ *Ibidem*, s. 37.

⁹⁰ K. Boczek, *Etaty w bibliotece*, „Cogito” 2003, nr 18, s. 43.

manga⁹¹, następnie podając „Przepis na dobry komiks”⁹². Ostrzegano: „W komiksie trzeba umieć wszystko pokazać. Jak się okazuje, że się nie umie narysować konia, a koń jest niezbędny, to zaczyna się tragedia. Jeżeli chcecie tworzyć komiksy, musicie dużo rysować”⁹³, jednocześnie powoływano się na opinie znanych polskich rysowników, mistrzów w swoim fachu, m.in. Janusza Christy.

Czy takimi mistrzami są J. Carroll, P. Coelho i William Wharton, co takiego jest w ich książkach, że zajmują czołowe miejsca na listach bestsellerów? – zastanawiała się z kolei Anita Żak, za krytykami literackimi charakteryzując powieści tych pisarzy w taki oto sposób: „Mało skomplikowane słownictwo. Schematyczne i powierzchowne rysy psychologiczne postaci. Ten sam szablon powielany w kolejnych książkach...”⁹⁴, równocześnie konkludując, posługując się opinią Mai Wolny, dziennikarki tygodnika „Polityka”: „każdy z trzech autorów daje czytelnikowi coś, czego głód można zauważyć w obecnym młodym pokoleniu młodych czytających. Literaturę magiczną właśnie”⁹⁵. Po te powieści nastoletni czytelnicy sięgną znacznie chętniej niż po lektury szkolne, bo, jak pisze K. Zadros, autor innej publikacji, którą warto przytoczyć, większość licealistów-czytelników pisma – traktuje kanon obowiązkowych lektur jako „kolejny ponury obowiązek, materiał do wkucia, zabierający kilka cennych godzin, które można by spędzić w o wiele przyjemniejszy i pożyteczniejszy sposób”⁹⁶. W tekście, który ukazał się w cyklicznej rubryce *Prowokacje*, K. Zadros zdecydowanie zaprotestował przeciwko usunięciu z listy lektur dzieł na przykład Adama Mickiewicza, argumentując dosadnie:

Ograniczając nasze wykształcenie do współczesnej literatury romansowo-rozrywkowej [...], choćby nie wiem, jak sprawnie i interesująco napisanej, wyprodukowalibyśmy w krótkim czasie generację półdebili, którzy myślą, że historia kultury zaczęła się wraz z wynalezieniem gier play-station, a ich poglądy na świat nie wychodzą poza poziom serialu Beverly Hills 90210⁹⁷.

Był to jednak jeden z bardzo nielicznych tak zdecydowanych głosów na temat związany z interesującym nas zagadnieniem, choć należy zaznaczyć, że na łamach periodyku pojawiały się również teksty dotyczące współczesnej kultury, w których przywoływano także postacie pisarzy. W jednej z ważniejszych publikacji tego typu zastanawiano się nad zagadnieniem,

⁹¹ A. Kędzior, *Komiks z ambicjami*, „Cogito” 2002, nr 1, s. 24–25.

⁹² [br. aut.], *Przepis na dobry komiks*, „Cogito” 2005, nr 19, s. 38–39.

⁹³ *Ibidem*, s. 38.

⁹⁴ A. Żak, *Mędrzy czy grafomani?*, „Cogito” 2001, nr 5, s. [18].

⁹⁵ *Ibidem*, s. [19].

⁹⁶ K. Zadros, *Co Wy, k... wiecie o Mickiewiczu?!*, „Cogito” 2001, nr 6, s. [36].

⁹⁷ *Ibidem*.

które znalazło się również w prezentowanych wcześniej tygodnikach opinii, a które dotyczyło współczesnych idoli. Są nimi „bohaterowie kultury popularnej”:

Linda z wielką spluwą w rękę, Marilyn Manson z wampirycznym makijażem, Enrique Iglesias ze swoim romantycznym spojrzeniem, Stasiuk z nieodłącznym petem w zębach, Britney Spears z odsłoniętym pępkiem⁹⁸.

Postawiono tezę, że dziś

idolami stają się ludzie przeciętni, zwyczajni, nie wyróżniający się niczym szczególnym. [...] Drzwiami i oknami pcha się teraz nowe zjawisko, jakim jest uwznioślanie przeciętności, pospolitości, głównie dzięki tzw. reality show w rodzaju Big Brothera⁹⁹.

Obok idoli muzycznych i sportowych pojawiają się również, choć znacznie rzadziej, idole-literaci, jak choćby przywołany we wspomnianym tekście A. Stasiuk, porównywany z Markiem Hłaską, czy owiany „specyficzną aurą legendy, kultu czy jak chcą inni – mody”¹⁰⁰ J. Pilch albo Marcin Świetlicki. W publikacji, szczegółowo tu przytaczanej, pojawiło się nadto istotne spostrzeżenie, na które myślący czytelnik periodyku zwrócił prawdopodobnie uwagę. Otóż, według P. Felisa, znani pisarze, niezależnie od tego, czy sami tego chcą, czy nie, istnieją także w obiegu kultury masowej, traktowani są nierzadko jako idole pop-kultur, rozdający autografy, udzielający wywiadów czy pozujący do zdjęć. Bywają częstymi gośćmi największych imprez, związanych z książką, i to oni przyciągają czytelników, którzy potrafią stać kilka godzin po to, by otrzymać dedykację od swego pisarza-idola¹⁰¹.

Na łamach „Cogito” kilkakrotnie pisano o takich możliwościach spotkania swego ulubionego twórcy, donosząc czytelnikom o największych imprezach, związanych z książką zarówno o Krajowych, jak i Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie¹⁰². Teksty te pełniły przede wszystkim funkcję informacyjną: czytelnicy dowiadywali się z nich o spotkaniach, wystawach, a także pokazach (na przykład filmowych), zaplanowanych przez organizatorów i wydawców¹⁰³. Warto podkreślić, że zapowiadano również Targi Książki Edukacyjnej¹⁰⁴. Pisano też o innych imprezach,

⁹⁸ P. Felis, *Pięć minut dla idola*, „Cogito” 2001, nr 9, s. [6].

⁹⁹ *Ibidem*, s. 8.

¹⁰⁰ *Ibidem*.

¹⁰¹ Por. A. Żak, *Mędracy...*, s. [18].

¹⁰² Zob. np. „Cogito” 2002, nr 19, s. [51].

¹⁰³ [br. aut.], 48. *Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie*, „Cogito” 2003, nr 8, s. [55].

¹⁰⁴ Zob. np. „Cogito” 2001, nr 7, s. [10], 20.

związanych z książką, informując na przykład o akcji *Szał czytania*¹⁰⁵, zorganizowanej przez Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego, a objętej patronatem medialnym m.in. przez omawiany periodyk. Pisząc o tym przedsięwzięciu, przypomniano jego historię, która zaczęła się w 2000 r., przedstawiono program opisywanej edycji, w którym nie zabrakło zarówno spotkań z popularnymi autorami, wykładów, jak i zabaw literackich, konkursów czy występów teatralnych¹⁰⁶.

Imprezy tego typu mogły zainteresować odbiorców „Cogito”, wytrawnych czytelników i miłośników słowa pisanego, którzy, być może, odnaleźli się wśród opisanych przez E. Nowak najczęściej spotykanych typów kolekcjonerów książek. Znalazł się wśród nich m.in. „model narcystyczny”, który

pragnie zaimponować wszystkim wokół, a przede wszystkim sam sobie. Cóż mu w tym lepiej pomoże, jak nie najlepszy przyjaciel człowieka? On czytał już wszystko i wszystko zna. W księgozbiornie ma bałagan, w każdej z pobliskich bibliotek zalega i kolekcjonuje biblioteczne ponaglenia, a w łazience na pralce, w kuchni na stole, w przedpokoju na butach – wszędzie leżą książki. Niedbale rzucone, wyglądają całkiem naturalnie. Zupełnie jakby ktoś je naprawdę kochał. Kiedy wpadniesz do niego, otworzy ci z lekkim opóźnieniem, ale za to od razu nadziejesz się na „Wahadło” Umberto Eco. Niczego nie może ci jednak nigdy pożyczyć. I nie miej mu tego za złe. Gdyby coś ci pozwolił przeczytać, od razu by się wydało, że on nic nie ma do powiedzenia. Połyka książki w sensie dosłownym, czyli statystyczno-trawiennym¹⁰⁷.

4.4.3.4.2. *Zapamiętaj, co przeżyłeś*¹⁰⁸: konkursy i akcje

Konkursy, związane z książką, a szerzej, literaturą, często gościły na łamach „Cogito”. Analiza zgromadzonego materiału pozwoliła podzielić tego typu inicjatywy na trzy grupy:

- 1) regularnie organizowane konkursy o charakterze literackim i parali-terackim;
- 2) jednorazowe pomysły, także te, w których periodyk był współorganizatorem lub o których jedynie informował;
- 3) minikonkursy, w których nagrodą była wybrana lektura.

W pierwszej grupie wymienić należy inicjatywę towarzyszącą periodykowi od początku jego istnienia, która była w zasadzie jednym z trzech tego typu przedsięwzięć.

Od numeru 1 w 1994 r. w rubryce *Czas na debiut* proponowano czytelnikom rodzaj konkursów, dając jednocześnie szansę tym z nich, którzy czuli

¹⁰⁵ Pisano o niej również na łamach tygodnika „Polityka”.

¹⁰⁶ [br. aut.], *Szał Czytania!!!*, „Cogito” 2001, nr 6, s. 10.

¹⁰⁷ E. Nowak, *Po co komu książki?*, „Cogito” 2002, nr 1, s. [22].

¹⁰⁸ „Cogito” 2004, nr 7, s. [62].

w sobie żyłkę pisarską. Odtąd, także przez cały objęty badaniem okres, w tym miejscu pojawiały się przysyłane przez nich utwory. Do numeru 20 (2002) były to wyłącznie wiersze, od kolejnego wydania (21/2002) także proza. Oceniał je opiekun rubryki, L. Janion, następnie wybrane z nich drukowano na łamach pisma wraz z jego komentarzem i podziękowaniem, skierowanym do osób, których prace zostały wyróżnione, ale nie zamieszczone w piśmie¹⁰⁹. *Czas na debiut* zajmował w ciągu pięciu lat od jednej do trzech stron, z tendencją do zmniejszania miejsca w periodyku przeznaczanego na tę formę kontaktu z odbiorcami.

Idea tego przedsięwzięcia, korespondująca z głównymi celami polityki redakcyjnej, była wielokrotnie przypominana: „Starajmy się poznawać poezję innych, by samemu pisać mądrzej!”¹¹⁰ czy: „Te strony są otwarte na wszelką twórczość literacką pod warunkiem, że będzie dobra i ciekawa”¹¹¹. L. Janion prosił również czytelników o ich opinie na temat wybranych wierszy – te komentarze obiecywał przysyłać autorom. Wielokrotnie pojawiały się także konkretne rady, dotyczące warsztatu pisarskiego, jak choćby: „W opowiadaniach coś się powinno dziać, coś powinno czytelnika zaskoczyć, wybrany fragment życia, jaki opisujecie, powinien być znaczący, dać szansę na głębszą refleksję”¹¹². Utwory, wydrukowane na opisywanych stronach stały się podstawą kolejnych wydań *Antologii poezji Cogito*¹¹³, zapoczątkowanych w 1997 r. Były one nie tylko szansą dla debiutujących autorów („Cogitowa pieczęć ma swoją wagę!”¹¹⁴), ale również możliwością dla tych, którzy do tej pory pisali „do szuflady”, albo nie potrafili ocenić własnej twórczości. Poznanie cudzej pozwalało, według L. Janiona, na nabranie dystansu do własnego literackiego dorobku.

Autor *Wierszy dla niej* często proponował czytelnikom temat, który mieli opisać w postaci wiersza, opowiadania, lub innej, wybranej przez nich formy, inicjując tym samym drobne konkursy literackie. Jedną z najciekawszych inicjatyw tego typu był konkurs *Zapamiętaj, co przeżyłeś*, ogłoszony w 2003 r., w numerze 18 pisma. „Zależy nam na prozie realistycznej,

¹⁰⁹ Rubryka ta mogłaby stanowić przedmiot obszernego opracowania, tu jednak, ze względu na fakt, że stanowi tylko jedną z form związanych z książką, zostanie przedstawiona ogólnie.

¹¹⁰ „Cogito” 2001, nr 1, s. [76].

¹¹¹ „Cogito” 2003, nr 1, s. [51].

¹¹² K. Janion, *Czas na prozę*, „Cogito” 2003, nr 12, s. [82].

¹¹³ Na przykład w 2001 r. była to publikacja pt. *Zanim wypełni się wiek. Antologia poezji Cogito*, wybór L. Janion, AW Aga-Press, 2001; z okazji jubileuszu dziesięciolecia periodyku, wydano *Dziesięć razy rok*, także pod redakcją L. Janiona, opublikowane również przez wydawcę „Cogito”. Należy zaznaczyć, że niektórzy debiutanci, zaczynający swą przygodę z literaturą, dzięki omawianej rubryce wydawali własne tomiki poezji, o czym skrupulatnie informował L. Janion. Zob. np. „Cogito” 2005, nr 2, s. 38.

¹¹⁴ „Cogito” 2004, nr 12, s. 69.

przedstawiającej świat uczuć i międzyludzkich relacji”¹¹⁵ – tak m.in. określono zasady, dodając jeszcze ograniczenia objętościowe każdej z prac (trzy strony maszynopisu). Do redakcji wpłynęły propozycje 108 autorów. Najczęściej wątkami, przewijającymi się w nich, były narkomania młodzieży i alkoholizm rodziców, choroby psychiczne, również tragiczna miłość. A zatem przeżycia, których lepiej nie zapamiętywać, wbrew hasłu przewodniemu konkursu. Na szczęście, większość z tych opowiedzianych historii była zmyślona, o czym świadczyły wytknięte przez jurora błędy¹¹⁶. Nagrodzone i wyróżnione prace były zamieszczane w kolejnych numerach pisma.

Inne tego typu konkursy, proponowane w rubryce *Czas na debiut*, to na przykład *Historia do końca opowiedziana*, *Wiersz pisany gwarą*, *Wiersz z cytatem* czy konkurs na pastisz.

Podobny charakter miała rubryka *Młoda proza*, prowadzona przez Lilkę Poncyliusz. Od wydania 7 (2001) rubryka zmieniła nazwę na *Debiut*, pojawiając się przemiennie z opisanym wyżej *Czasem na debiut*. Różniła się od niej tym, że czytelnicy mogli tu nadsyłać nie tylko utwory literackie, ale również takie, które można było zaliczyć do określonych gatunków dziennikarskich, jak np. esej, felieton, reportaż. Liczyła sobie od połowy do 2 stron, jednak od numeru 13 (2001) zaniechano jej drukowania.

Inną inicjatywą, realizowaną na łamach pisma, która mobilizowała czytelników do podjęcia wysiłków pisarskich, była *Szkoła uczuć*. Na stronach tak zatytuowanych drukowano opowiadania o miłości, przysyłane przez czytelników na konkurs *Twoja historia uczuć*. *Szkoła uczuć* pojawiała się w piśmie od 2003 r. i istniała do końca badanego okresu, zajmując od połowy do niemal dwóch stron. Znaczna część tytułów tych opowieści wskazywała na ich charakter, na przykład: *Dlaczego mi to robi?*, *Mroczna przeszłość*, *Przegapić uczucie*, *Przestępstwo miłosne*, *Zakazana miłość*.

Minikonkuresem, również należącym do pierwszej grupy, o którym warto wspomnieć, był pomysł *Dymki*. Redakcja proponowała temat, prezentowała kilka rysunków, składających się na minikomiks, a zadaniem czytelników było uzupełnienie pustych „dymków” tak, by pasowały do przedstawionych obrazków.

Pozostałe konkursy miały charakter inicjatyw jednorazowych. W wielu z nich powracał pomysł napisania przez czytelników krótkiego opowiadania. Jednym z przykładów był *Konkurs literacki*, ogłoszony w 2003 r.¹¹⁷ Redakcja czekała na opisanie przez czytelników historie na dowolny temat. Najciekawsze z nich obiecywano wydrukować na łamach pisma oraz na

¹¹⁵ L. Janion, *Uwaga Konkurs!*, „Cogito” 2003, nr 18, s. 68.

¹¹⁶ „Cogito” 2004, nr 7, s. [62].

¹¹⁷ Konkurs inspirowany zamieszczoną w recenzji informacją: „każdy ma do opowiedzenia jakąś historię. Przekonał się o tym Paul Auster, gdy cztery lata temu ogłosił w ogólnopolskiej rozgłośni radiowej konkurs na opowiadanie”. Zob. „Cogito” 2003, nr 18, s. [66].

stronie internetowej periodyku, zaś autorzy otrzymać mieli dodatkowo zestawy dwóch ufundowanych przez Wydawnictwo W.A.B. powieści¹¹⁸.

Tego typu konkursów było dużo; do najciekawszych i jednocześnie zabawnych należał m.in. konkurs *Napisz nowelę z Cogito!*, ogłoszony w numerze 14 (2001). Jak pisano, była to szansa dla utalentowanych prozaików, którzy chcieliby „pójść w ślady Żeromskiego, Hłaski, Sapkowskiego, czy Pilcha [...]. Zyskać sławę, rozdawać autografy oszalałym fankom, zarabiać krocie, widywać swoją twarz na pierwszych stronach gazet...”¹¹⁹. Pomijając obiecane perspektywy, z których część była raczej nierealna, wystarczyło napisać w dowolnej formie frapującą opowieść. Jedynym warunkiem było to, aby wszystkie wyrazy, poza przymkami czy zaimkami, zaczynały się na tę samą literę, by tak wymyślony tekst liczył nie więcej niż pół strony maszynopisu i był sensowny. Obok przedstawiono przykładową nowelę. Nagrodami były zestawy *Encyklopedii multimedialnych PWN*. Wyniki ogłoszono w wydaniu trzecim w 2002 r.

Czytelnicy mieli również możliwość wykazać się znajomością slangu swojego pokolenia, dzięki zabawnemu konkursowi *Znaszli ten język?* Podany przez redakcję fragment należało przetłumaczyć na język zrozumiały dla pozostałej części społeczeństwa. Oto fragment tekstu, z którym Kogitowcy musieli się „zmierzyć”:

Musieli mnie obcykać zza rogu. Trzy nabakane kartony w najkach. No, totalnie hardkowerowa akcja. Podbijają do mnie i pytają, czy mam burak, bo mają zajawkę, żeby zrobić wałek. Kitram się, ale wstawiam ściemę, że nie mam. Oni na to kitują mi kielnie. Wyiskali buraka...¹²⁰.

Innego typu wiedzą musieli pochwalić się czytelnicy pisma w konkursie *Cytaty*. Podane przez redakcję w języku angielskim sławne cytaty należało przetłumaczyć na język polski, podając ich autora lub utwór literacki, z którego je zaczerpnięto. Nagrodą główną był *Praktyczny słownik angielsko-polski, polsko-angielski*, ufundowany przez Wydawnictwo Naukowe PWN¹²¹. Podobny charakter, odwołujący się do wiedzy odbiorców periodyku, miał konkurs *Wyznanie miłosne: kto to powiedział?* Zadaniem czytelników było odnalezienie w danym numerze pisma pięciu wyznań miłosnych, znanych z literatury. Następnie należało odgadnąć adresata tychże słów, a także osobę, która je wypowiedziała¹²².

¹¹⁸ *Konkurs literacki*, „Cogito” 2003, nr 18, s. [66].

¹¹⁹ [br. aut.], *Konkurs: Napisz nowelę z Cogito!*, „Cogito” 2001, nr 14, s. [78].

¹²⁰ [br. aut.], *Konkurs: Znaszli ten język?*, „Cogito” 2003, nr 5, s. 8.

¹²¹ [br. aut.], *Konkurs: Cytaty*, „Cogito” 2003, nr 3, s. [78].

¹²² [br. aut.], *Konkurs: Wyznanie miłosne: kto to powiedział?*, „Cogito” 2003, nr 2, s. [9].

Periodyk był również współorganizatorem kilku interesujących nas przedsięwzięć, rozwijających zdolności pisarskie czytelników. W tej grupie znalazł się na przykład zorganizowany przez „Cogito” wspólnie z Collegium Civitas konkurs *Wzór obywatela w polskiej demokracji, czyli Stworzenie świata – JEJ ŚWIATA*, rozstrzygnięty w połowie 2001 r.¹²³

Liczną grupę stanowiły konkursy, o których dwutygodnik informował na swoich łamach. I tak na przykład pisano o adresowanym do „młodych dramaturgów” konkursie *Szukamy polskiego Szekspira*, organizowanym przez Polski Ośrodek ASSITEJ¹²⁴, informowano o licznych konkursach poetyckich, jak choćby o V Ogólnopolskim Konkursie Poetyckim im. S. Czernika, Ogólnopolskim Konkursie Poetyckim im. ks. Jerzego Popiełuszki czy IX Ogólnopolskim Turnieju Jednego Wiersza „O Laur Plateranki”.

Książka często bywała nagrodą w różnego rodzaju konkursach, nie tylko literackich. W tej grupie znalazł się konkurs wiedzy o Uniwersytecie Jagiellońskim (charakterystyczny dla periodyku był fakt, że nagrodą były słowniki, encyklopedie i programy multimedialne) czy konkurs, w którym należało wymienić polskiego laureata Literackiej Nagrody Nobla z ostatnich lat. Nierzadko inicjatywy tego typu pojawiały się w rubryce recenzyjnej. Tu pytano na przykład o tytuły konkretnych książek, nazwiska pisarzy, którzy mieli gościć na targach książki lub też pytano o nazwiska reżyserów ekranizacji znanych powieści, odwołując się nierzadko do zamieszczanych na łamach pisma recenzji filmów, powstałych na podstawie znanej książki.

Jakkolwiek tego typu informacji, pośrednio z nią związanych, było stosunkowo niewiele (zaledwie 27), to jednak pisano o najważniejszych wydarzeniach tego typu, na przykład o kolejnej ekranizacji *Quo vadis* Henryka Sienkiewicza w reż. Jerzego Kawalerowicza, *Zemście* Aleksandra Fredry w reż. Andrzeja Wajdy, a w odniesieniu do twórczości obcych pisarzy donoszono na przykład o ekranizacji pierwszej części cyklu o Harrym Potterze Joanne K. Rowling, w reż. Chrisa Columbusa czy *Władcy Pierścieni* Johna R. R. Tolkiena. Wzmianki tego typu, zgodnie ze swoją definicją, były niewielkie objętościowo i spełniały przede wszystkim funkcję informacyjną, choć w kilku przypadkach ich autorzy usiłowali uczynić z nich pararecenzję. Uzupełniano je zazwyczaj kadrem z filmu lub zdjęciem aktorów w nim występujących. Ten typ informacji określono tu mianem „inne”. Zaliczono do nich również kolejne formy, o których należy wspomnieć.

Pierwszą z nich był *Klub Cogito*, który drukowano na łamach periodyku z kilkoma krótkimi przerwami przez cały badany okres, zmieniając kilkakrotnie razem z całym dwutygodnikiem jego wygląd. *Klub...* zajmował

¹²³ „Cogito” 2001, nr 12, s. [80].

¹²⁴ [br. aut.], „*Szukamy polskiego Szekspira*”, „Cogito” 2004, nr 4, s. [11].

od jednej do czterech stron, miał charakter informacyjno-bibliograficzny. Odnaleźć można było w tym miejscu propozycje wybranych i krótko przedstawionych przez redakcję książek, które czytelnicy mogli zamówić w wysyłkowej księgarni Wydawnictwa AGA-Press. Wystarczyło, by wypełnili zamieszczony obok kupon. W niektórych wydaniach proponowano, by Kogitowcy przysyłali własne propozycje ciekawych, ich zdaniem, książek, a wydawca ze swej strony obiecywał, że dołoży starań, by dany tytuł znalazł się w księgarni wysyłkowej. Proponowano różną liczbę tytułów (od 6 do 57), przydzielając je do określonych kategorii, przy czym dominowały te, które według redakcji mogły być przydatne maturzystom (na przykład *Historia, Języki obce, Polonistyka, Słowniki i encyklopedie, ale i Do przeczytania*). Wielokrotnie jeden wybrany tytuł był szerzej omawiany, a jego charakterystyka przywodziła zazwyczaj na myśl skojarzenie ze streszczeniem, które czytelnicy mogli odnaleźć również we wspomnianych dodatkach specjalnych, przygotowujących ich do egzaminów.

Inne typy informacji, zaliczone do wspomnianej wyżej grupy, pojawiały się niesystematycznie na łamach pisma. Był to na przykład fragment powieści M. K. Piekarskiej *Klasa pani Czajki* (drukowany w latach 2004–2005), jednorazowo fragment powieści E. Nowak: *Wszystko, tylko nie mięta*. Nadto z okazji wakacji drukowano opowiadania na plażę, a także polecano książki na wakacje (dwukrotnie w 2004 r., w numerach 12 i 13).

W latach 2002–2003 nieregularnie prezentowano *Nasz ranking*. Było to zestawienie najpopularniejszych książek. Jako że nie podano źródeł, można się domyślić, że wyboru dokonała O. Siewko na podstawie tytułów, proponowanych w *Klubie Cogito* (w tym też miejscu w sześciu przypadkach znalazł swe miejsce ów ranking, wraz z informacją, że podane tytuły są do nabycia w rzeczonyj księgarni). Zestawienie pojawiło się na łamach pisma sześciokrotnie¹²⁵. Jego forma nie była stała: raz podzielony był na dwie części: *Literaturę polską* i *Literaturę obcą*, w których podano po pięć tytułów, innym razem wymieniono sześć książek w jednej kolumnie.

Dużą grupę stanowiły informacje związane z wydarzeniami życia literackiego. Wspomniano już o publikacjach, poświęconych targom książki, ale warto zauważyć, że poza dłuższymi tekstami, których autorzy podejmowali ten temat, odnaleźć można również krótkie wzmianki, sygnalizujące jedynie zbliżającą się imprezę. Tego typu notek, informujących o różnego rodzaju spotkaniach, targach, akcjach czy po prostu interesujących faktach z życia książki, znalazło się w dwutygodniku w sumie 156 (Aneks 58. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005). Pisano o spotka-

¹²⁵ M.in.: „Cogito” 2002, nr 17, s. [52]; nr 19, s. [53]; nr 20, s. [53]; 2003, nr 3, s. [53]; nr 5, s. [46].

niach autorskich, także z dziennikarzami „Cogito”: M. K. Piekarską, E. Nowak, L. Janionem, ale i z A. Liberą, K. Siesicką. Informowano o cyklicznych spotkaniach *Apetyt na literaturę*, o Elbląskich Nocach Teatru i Poezji oraz o *Dniach Tischnerowskich*. Pisano o rozmaitych akcjach, promujących książkę i czytelnictwo, na przykład o akcji *Lubię czytać*.

Donoszono o pojawieniu się na rynku kolejnych książek, na przykład *Harry Potter i Zakon Feniksa* (J. K. Rowling), *Żaby i Anioły* (K. Grocholi) czy *Nauka Świata Dysk 2* (Terry Pratchetta). Nie zapomniano o autopromocji, częstokroć przypominając o możliwości zakupu dwóch powieści: *Wzrockowisko* M. K. Piekarskiej i *Wszystko, tylko nie mięta* E. Nowak. Pisano o nagrodach literackich, na przykład o przyznaniu Nagrody Nike dla J. Pilcha czy o Literackim Noblu dla Johna M. Coetzee. Kilkakrotnie przywołano opinię znanego pisarza na poruszany przez dziennikarza temat (na przykład zapytano wybrane, znane osoby, co sądzą na temat współczesnej młodzieży. Wśród pytaných znalazł się m.in. Cz. Miłosz, J. Pilch i A. Sapkowski).

Większość tych informacji była kilkuzdaniowa, nieliczne miały nieco większą objętość, czasem wzbogaconą zdjęciem przedstawianego pisarza.

W znacznie mniejszym stopniu, niż było to w poprzednich przypadkach, przy wybranych publikacjach powoływano się na książki, z których skorzystano. Stosunkowo rzadko książka była jedną z nagród za poprawnie rozwiązaną krzyżówkę.

Pojawił się jednak pewien element, który obok innych łączył omawiane periodyki. Mianowicie i w tym przypadku redakcja zdecydowała się na zamieszczanie przez pewien czas wybranych „złotych myśli”. O ile jednak w przypadku „Dziewczyny” wszystkie one dotyczyły miłości, o tyle na łamach „Cogito” odnaleźć można aforyzmy odnoszące się na przykład do sensu życia („Tragedią współczesnego człowieka jest nie to, że wie on coraz mniej o sensie własnego życia, lecz że coraz mniej zajmuje się tym pytaniem” – Václav Havel), mądrości („Cały kłopot polega na tym, że głupcy są pewni siebie, a mądrzy pełni wątpliwości” – Helmut Schmidt) czy literatury („Klasyka to to, co wszyscy chcieliby czytać i czego nikt nie czyta” – Mark Twain).

W 2003 r. czytelnicy pisma dowiedzieli się, że „44 proc. Polaków powyżej 15. roku życia nie przeczytało w ubiegłym roku ani jednej książki – wynika z danych, zebranych przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej. Na szczęście, z ankiet wynika, że Kogitowcy czytają”¹²⁶ oraz że „Tylko 23% Polaków przeczytało w ubiegłym roku więcej niż 7 książek”¹²⁷. Można jednak sądzić, że te dane, w obliczu tak dużej dawki informacji, dostarczanej przez „Cogito”, nie dotyczyły czytelników pisma.

¹²⁶ „Cogito” 2003, nr 9, s. [43].

¹²⁷ Tę informację podano na podstawie badań Instytutu Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej, „Cogito” 2003, nr 10, s. 24.

Jakkolwiek sam periodyk nie należał do szczególnie zajmujących, na co wpływ miała duża ilość materiału związanego z programem szkolnym, zamieszczana w niemal każdym z numerów (wyjątkami były wydania wakacyjne), a także przeważający w nim dość ciężki, dydaktyczno-moralizatorski w odbiorze ton, to jednak należy podkreślić ambitny charakter pisma, jeśli chodzi o informacje związane z książką. Były one przede wszystkim niezwykle zróżnicowane pod względem przekazywanych treści. Na uwagę zasługują również opisane liczne konkursy oraz inicjatywy, w których książka, literatura, wiedza na ich temat odgrywała niebagatelną rolę. Duże znaczenie miał również *Czas na debiut*, promujący talenty literackie czytelników „Cogito”.

4.4.4. Grunt to dobry pomysł¹²⁸. Inne informacje: o prasie i środowisku dziennikarskim

Liczba informacji o prasie, zamieszczana na łamach omawianego dwutygodnika, była nieco większa niż w przypadku dwóch wcześniej przedstawionych czasopism, ale i tu nie była imponująca. Ograniczała się do 18 kilku- kilkunastozdaniowych notatek, o różnym charakterze. I tak na przykład, w 2003 r. redakcja w pięciu wydaniach zaproponowała (wzorem niektórych pism dla dorosłych odbiorców) czytelnikom *Przegląd prasy*. Była to niewielka objętościowo rubryka, w której cytowano fragmenty wybranych publikacji z kilku polskich periodyków, na przykład z „Gazety Wyborczej”, „Newsweek Polska” czy „Polityki”. Raz sięgnięto po zawartość magazynu „Charaktery”, reklamowanego na łamach „Cogito”. Kilkakrotnie zamieszczono tzw. zajawki artykułów, które odnaleźć można było na łamach (reklamowanego w prezentowanym czasopiśmie) miesięcznika dla studentów „Twój Impuls”.

Znacznie większą grupę stanowiły reklamy rozmaitych periodyków (137 ogłoszeń). Przeważająca ich część promowała tytuły, znajdujące się w portfolio wydawcy „Cogito”, na przykład „Lider”, „Twój Impuls”, „Victor Gimnazjalista”. Analiza zebranego materiału wykazała jednak również obecność ogłoszeń dotyczących tygodników opinii, jak choćby „Przekroju” czy „Wprost”. Ich promocja nie była zbyt częsta, dowodziła jednakże faktu, że ich wydawcy traktowali czytelników dwutygodnika „Cogito” jako swoich potencjalnych aktualnych lub przyszłych odbiorców, których zainteresowaniom odpowiadać może zawartość pism opiniotwórczych. Reklamowano również inne tytuły, jak na przykład „PC Format”, „Wiedzę i Życie”, czy magazyn wydawany w języku angielskim, „Anglorama”. Warto powiedzieć,

¹²⁸ Tytuł notki reklamującej miesięcznik „Lider”, „Cogito” 2005, nr 4, s. [73].

że na łamach omawianego periodyku dwukrotnie pojawiły się reklamy EuroPress Polska, kolportera prasy.

Ogłoszenia zamieszczano w całym dwutygodniku, ich objętość obejmowała zazwyczaj całą stronę, rzadziej niewielki moduł, drukowany u dołu danej strony. Poniżej przedstawiono wybrane, charakterystyczne przykłady (zdjęcia 200–203, s. 631–632).

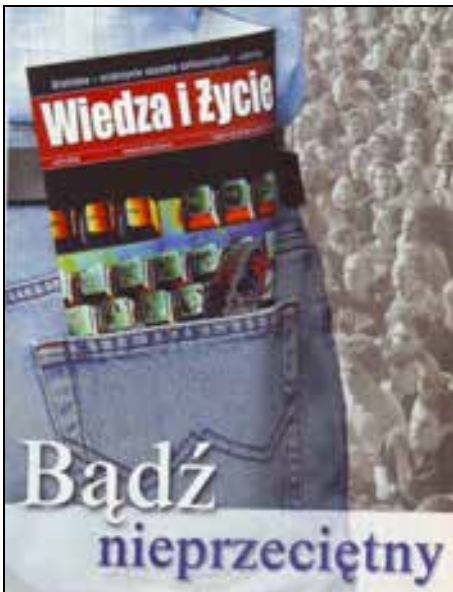


Zdjęcie 200. Wybrane ogłoszenia wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”
„Cogito” 2002, nr 5, s. [2]

Niezależnie od proponowanego czasopisma, jego reklama była równie kolorowa i zawierała podobne w swym przesłaniu elementy: wyeksponowany tytuł, kopię okładki (okładek), zasygnalizowanie treści danego numeru i niekiedy hasło reklamowe („Najlepszy przyjaciel Twojego młodszego brata!”, „Chcesz mieć pogląd, czytaj >Przegląd<”, „Bądź nieprzeciętny”). Nie widać wyraźnych różnic w formie ogłoszeń własnych dwutygodnika a pozostałą grupą reklam.



Zdjęcie 201. Wybrane ogłoszenia wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito” „Cogito” 2002, nr 6



Zdjęcie 202. Wybrane ogłoszenia wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito” „Cogito” 2001, nr 14, s. [42]



Zdjęcie 203. Wybrane ogłoszenia wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito” „Cogito” 2002, nr 3, s. [105]

W roku 2001 jeden ze współpracowników dwutygodnika, Krzysztof Zadros, pisał:

Chciałbym, żeby „Cogito” zawierało teksty inteligentne, ambitne, niosące pogłębioną wiedzę o świecie, czasem, gdy trzeba – trudne, a przede wszystkim – prawdziwe. [...] A jeśli ktoś ma ochotę na ploteczki ze świata gwiazd, lekką rozrywkę czy artykuły o kosmetykach i fatałaszkach, to przecież takich pism w kioskach nie brakuje, prawda? Wierzę, że nasi Czytelnicy, jako ludzie myślący i nastawieni na umysłowy rozwój, oczekują od nas czegoś innego niż popkulturowej papki. [...] Życzę niezapomnianych przygód intelektualnych z „Cogito”!¹²⁹

Wydaje się, że słowa te znajdowały swe odzwierciedlenie w zawartości pisma. Z pewnością forma przekazu, niezależnie od rodzaju proponowanych w nim treści, stała na wyższym poziomie, niż było to w przypadku dwóch wcześniej omawianych tytułów. Dobór proponowanych w postaci recenzji lektur także odbiegał od tych, do których zachęcali dziennikarze „Filipinki” lub „Dziewczyny”.

Patrząc na dwutygodnik „Cogito” w kontekście informacji o książce, zamieszczanych na jego łamach, można powiedzieć, że solidnie spełniał on swe zadanie w tym względzie, szczególnie promując literaturę, kulturę czytelnicy, poprzez liczne konkursy, w których nagrodą była wybrana lektura, bądź takie książki, które wymagały określonej wiedzy literackiej od adresatów pisma. Natomiast odbierając ten periodyk jako całość, należy zauważyć, że pod względem treści był on dość monotony. Można to wytłumaczyć jego (założonym przez redakcję) przede wszystkim edukacyjnym charakterem, znajdującym swe odzwierciedlenie w postaci licznych wkładek, zawierających materiały powtórzeniowe do egzaminów maturalnych. Jednak równocześnie pozostałe treści, zamieszczane na jego łamach, prezentowane były w sposób czasami zbyt poważny, zasadniczy, by nie powiedzieć, „sztywny”, nie do końca, być może, przystający do wieku czytelników. Podobnie jak miesięcznik „Dziewczyna” prezentował poprzez swoją zawartość skrajnie rozrywkową formę, tak dwutygodnik „Cogito” nierzadko stawał na drugim, równie skrajnym biegunie, przesadnej powagi, przejawiającej się też niekiedy w prezentowanym tu humorze.

¹²⁹ K. Zadros, *Słowo do Czytelników*, „Cogito” 2001, nr 13, s. [2].

4.5. *Przepis na prasę dla młodzieży*¹: „Filipinka”, „Dziewczyna”, „Cogito” – wnioski porównawcze

Młodzież w okresie dorastania szuka swojego miejsca w otaczającej ją rzeczywistości, buduje swoją pozycję w grupie rówieśniczej i społeczne identyfikacje, określa swoje plany na przyszłość. Na tym etapie rozwoju nastolatki intensywnie kształtują swój sposób myślenia o świecie, własny światopogląd².

Jak wynika z przedstawionej analizy, każdy z prezentowanych periodyków młodzieżowych charakteryzował się w omawianym okresie swoistymi cechami. Pierwszy, sięgający korzeniami 1957 r., w dużym stopniu opierał swą popularność na opinii, ukształtowanej w toku długoletniej historii. Jednak, w przeciwieństwie do tygodnika „Polityka”, powstałego w tym samym czasie, „Filipinka” nie sprostała zaistniałym po 1989 r. warunkom, nie potrafiła, mimo starań, utrzymać się na wymagającym rynku prasowym, przegrywając konkurencję z innymi periodykami i w efekcie została zlikwidowana przez wydawcę, który nie widział dla niej miejsca w swojej ofercie. W tym przypadku dawna formuła, chociaż wielokrotnie modyfikowana, nie sprawdziła się w nowej rzeczywistości. Z kolei drugi z omówionych tytułów, znacznie młodszy miesięcznik „Dziewczyna”, należący do periodyków określanych mianem „kalek” pism zachodnich, bardzo szybko zyskał popularność, dzięki nowoczesnej szacie graficznej, nieskomplikowanej, czysto rozrywkowej treści i zaproponowaniu nastoletnim czytelnikom zawartości, nierzadko szokującej dorosłych, ale podobającej się młodszemu odbiorcom. Natomiast ostatnie z przedstawionych czasopism, dwutygodnik „Cogito”, najmłodszy z tej grupy tytułów, wypełnił niszę na polskim rynku prasowym, na którym brakowało dotąd periodyku o takim właśnie charakterze (nastawionym przede wszystkim na przekaz edukacyjny), dzięki czemu przetrwał kryzys, jaki stał się udziałem prasy młodzieżowej w badanym okresie.

Każdy z trzech tytułów adresowany był do zbliżonej grupy odbiorców, którą była młodzież szkolna, w wieku średnio 15–19 lat. O ile jednak dwa pierwsze periodyki kierowano głównie do dziewcząt, o tyle ostatni z nich, dzięki swej zawartości, mógł zainteresować w podobnym stopniu również chłopców.

¹ Tytuł publikacji, zob. I. Kurowski: *Przepis na prasę dla młodzieży*, „Raport Prasowy” 1998, nr 2, s. 2–5.

² Z. Zasacka, *Nastoletni czytelnicy*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 2008, s. 188.

„Filipinka” łączyła w sobie, zgodnie z założeniem redakcji, walory zarówno rozrywkowe, jak również wychowawcze i częściowo edukacyjne. „Dziewczyna”, jak już to zostało powiedziane, nastawiona była głównie na przekaz rozrywkowy, natomiast „Cogito” kładło nacisk przede wszystkim na czynniki edukacyjne, kształceniowe. Analiza zebranego materiału pozwoliła stwierdzić, że najbardziej ambitnym, wymagającym od swych czytelników określonej wiedzy pismem, był ostatni z wymienionych tytułów, w najmniejszym stopniu zaś miesięcznik „Dziewczyna”, wyrozumiały dla odbiorców, jeśli chodzi o ich ogólną wiedzę. Do takich założeń dostosowana była zawartość i forma przekazu każdego z pism.

W jakim stopniu każde z nich informowało czytelników o książkach? Czy wnioski, które w sposób niemal automatyczny mogą się w tym miejscu nasunąć, znalazły swe odzwierciedlenie w rzeczywistości? Czy, pomimo wyraźnych różnic, odnaleźć można wspólną dla tych tytułów płaszczyznę? Przyjrzyjmy się danym statystycznym, określającym liczbę każdej z analizowanych kategorii, związanych z informacją o książce, zamieszczaną na łamach omówionych periodyków:

Tabela 79. Porównanie liczby informacji o książce zamieszczanych na łamach „Filipinki”, „Dziewczyny” oraz „Cogito”

Rodzaj informacji	„Filipinka”	„Dziewczyna”	„Cogito”
Recenzje, omówienia, streszczenia	179	268 ^a	200
Wywiady	19	brak	38
Reklamy książek	159	173	807
Sylwetki/portrety	10	7	3
Listy bestsellerów	8	11	6
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje	49	35	27
Konkursy i akcje	60	22	60
Artykuły poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	15	3	32
Listy czytelników	3	4	-
Inne	177 ^b	166 ^c	211 ^d

^a W tej liczbie podano wyłącznie recenzje od redakcyjnie.

^b Ze względu na specyfikę i charakter zamieszczanych w omawianym periodyku informacji związanych z książką, do kategorii Inne zaliczono teksty, których autorem był pisarz, fragmenty powieści, komiks i opowiadania drukowane w odcinkach na łamach miesięcznika, rubrykę poetycką oraz wzmianki, donoszące o wydarzeniach związanych z literaturą.

^c Do tej kategorii zaliczono w tym przypadku aforyzmy, opowiadania, minikomiks, fotostory, a także wzmianki, nawiązujące do problematyki, dotyczącej spraw związanych z książką.

^d Zaliczono tu *Klub Cogito*, opowiadania, fragmenty powieści, komiks, rubrykę *Czas na debiut*, a także notki, informujące o wydarzeniach odnoszących się do książki.

Źródło: badania własne.

Powyższe zestawienie prowadzi do interesujących spostrzeżeń. Należy jednak w tym miejscu przypomnieć, że ostatni z podanych w tabeli tytułów, jakim jest „Cogito”, był w badanym okresie dwutygodnikiem, w przeciwieństwie do dwóch pozostałych czasopism o częstotliwości miesięczników. Zatem w tym przypadku dokładniejszy obraz porównawczy zyskamy, przyglądając się średniej wybranych typów publikacji, przypadających na jeden numer. Zanim jednak przejdziemy do ich prezentacji, przeanalizujemy powyższe dane. Najmłodszy spośród omawianych tytułów, „Cogito”, zajmuje pierwsze miejsce w trzech spośród dziesięciu podanych powyżej kategorii. Na jego łamach znalazło się najwięcej ogłoszeń, reklamujących książki, wywiadów, a także (choć tu różnica jest już nieznaczna) artykułów, nawiązujących do spraw dotyczących książki. Zastanawiająca jest w przypadku tego periodyku niewielka liczba sylwetek/portretów, ale częściowo można ją wyjaśnić wspomnianą wcześniej zawartością dodatków specjalnych, przygotowujących czytelników do egzaminów maturalnych. Trudno jednakże znaleźć wytłumaczenie dla braku odzewu wśród odbiorców na kwestie związane z książką, poruszane na łamach pisma.

Zastanawiające są natomiast wnioski, dotyczące danych, odnoszących się do dwóch pozostałych periodyków.

Opinie, jakie można odnaleźć w literaturze, dotyczące miesięcznika „Dziewczyna”, a także dogłębna analiza jego zawartości pod kątem problematyki ujętej w tytule książki, wskazują wyraźnie na charakter tego wysokonakładowego, popularnego, kolorowego magazynu, na łamach którego zdjęcia dominowały nad treścią, zaliczając go tym samym do „prasy obrazkowej”. Tymczasem, przyglądając się uzyskanym danym statystycznym, można zauważyć, że w periodyku tym zamieszczano w badanym okresie najwięcej, spośród analizowanych czasopism, recenzji, omówień, streszczeń i adnotacji odnoszących się do książek, najczęściej można było też znaleźć na jego łamach listy bestsellerów. Jednocześnie miesięcznik ten wyprzedził ambitniejszą „Filipinkę” w kategorii ogłoszeń wydawniczych. Natomiast najstarszy z omawianych w tym rozdziale tytułów zamieścił największą liczbę publikacji, zaliczonych do kategorii Portret/sylwetki i wspomnienia oraz Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje, a także w grupie informacji, określonej jako Inne.

Dane te potwierdziła średnia tego typu informacji, która przypadała na jeden numer każdego z periodyków. Uzyskane obliczenia zobrazowano w tabeli 80³.

³ Pominięto pozostałe kategorie, również te omówione powyżej, ponieważ w tych przypadkach liczby były zbyt małe. Następnie bardziej szczegółowo porównano recenzje, ogłoszenia wydawnicze oraz konkursy i akcje organizowane przez prezentowane czasopisma.

Tabela 80. Średnia liczby informacji, przypadająca na 1 numer

Typ informacji	„Filipinka” (60 numerów)	„Dziewczyna” (61 numerów ^a)	„Cogito” (106 numerów ^b)
Recenzje, omówienia, streszczenia	2,90	4,390	1,88
Reklamy książek	2,65	2,830	7,61
Ekranizacje, adaptacje, inscenizacje	0,81	0,570	0,25
Konkursy i akcje	1,00	0,360	0,56
Artykuły poświęcone książce i rynkowi wydawniczo-księgarskiemu	0,25	0,049	0,30
Inne	2,95	2,720	1,99

^a W 2004 r. wydano 13 numerów.

^b W latach: 2001, 2002, 2003, 2004 ukazywało się po 21 numerów, natomiast w 2005 r. wydano ich 22.

Źródło: badania własne.

Jak wynika z powyższych danych, na jeden numer miesięcznika „Dziewczyna” przypadały cztery omówienia, w przypadku „Filipinki” tego typu informacji było średnio dwie, zaś na łamach „Cogito” ich liczba była najmniejsza: jedna.

Należy jednakże pamiętać o podkreślanej kilkakrotnie formie owych **omówień**. Pomimo, że najwięcej znalazło się ich na łamach magazynu „Dziewczyna”, to jednocześnie w najmniejszym (w porównaniu z dwoma pozostałymi tytułami) stopniu spełniały one warunki, jakim odpowiadać powinna klasyczna recenzja. Były krótkie, przypominały notatki prasowe, a dane bibliograficzne ograniczano w nich do podania najważniejszych elementów (autor, tytuł, nazwa wydawcy). Natomiast w przypadku „Cogito” jakkolwiek liczba tego typu informacji była najmniejsza, to jednak, jak to już wcześniej zaznaczono, zdawała się w największym stopniu spełniać wymogi stawiane zazwyczaj recenzjom, chociaż należy podkreślić, że i tu zbliżały się one niejednokrotnie niebezpiecznie blisko do gatunków czysto informacyjnych. Jednocześnie opis bibliograficzny, uzupełniający owe recenzje, był bardzo skromny: również i w tym przypadku najczęściej ograniczano się do podania trzech podstawowych danych: nazwiska autora, tytułu proponowanej książki oraz nazwy jej wydawcy. Warto natomiast podkreślić, że zamieszczane na łamach tego pisma omówienia były (w porównaniu z analogicznymi informacjami w dwóch pozostałych pismach) najobszerniejsze, częściej również określany był w nich adresat tak proponowanej lektury.

Postać omówień, pomieszczanych na łamach każdego z pism, była już szczegółowo przedstawiona wcześniej, w tym miejscu bardziej interesująca

wydaje się być odpowiedzią na pytanie, czy spośród proponowanych nastoletnim czytelnikom książek, prezentowanych w formie recenzji, można odnaleźć zbieżną płaszczyznę? W analizie wykazano, że listę wspólnych dla trzech pism autorów recenzowanych książek tworzy 11 pisarzy. W tej grupie znaleźli się: Isabel Allende, John M. Coetzee, I. Dziężkina, Marta Fox, Stephen King, Nicola Kraus, Ewa Nowak, Arturo Pérez-Reverte, David Schickler, Krystyna Siesicka oraz Dorota Terakowska. W większości przypadków były to różne tytuły książek, jedynie w odniesieniu do I. Dziężki i E. Nowak recenzenci każdego z periodyków omawiali te same lektury (analogicznie: *Daj mi!* i *Wszystko, tylko nie mięta*). Co ciekawe, w pięciu przypadkach ten sam tytuł danego autora polecano na łamach „Filipinki” i „Dziewczyny”, zaś inny na stronach „Cogito”.

Równie interesujące, a także w pewnym stopniu zaskakujące, jest zestawienie autorów recenzowanych książek, których odnaleźć można na łamach dwóch tylko periodyków.

Zbieżne zainteresowania wykazali w tym względzie szczególnie recenzenci „Filipinki” i „Dziewczyny”: analiza pozwoliła ustalić listę 28 nazwisk pisarzy, którzy pojawili się na łamach obydwu miesięczników w zamieszczonych tu recenzjach. Znaleźli się wśród nich m.in. Jonathan Carroll, Paulo Coelho, Helen Fielding, Jana Frey, Katarzyna Grochola, Kidd Sue Monk, Yann Martel, Mirosław Nahacz, Andrzej Sapkowski, Zadie Smith, Izabela Sowa, Sue Townsend, William Wharton oraz Janusz L. Wiśniewski. Byli to zatem w przeważającej części autorzy popularni w badanym okresie, których nazwiska nierzadko odnaleźć można było na listach bestsellerów. Niespodziewane wspólne zainteresowanie tą samą grupą twórców, jakie wykazały redakcje tych akurat periodyków, potwierdza wysuniętą wcześniej tezę, iż „Filipinka”, niegdyś ambitny tytuł, w miarę upływu czasu dostosowywała się do dominujących na rynku prasowym pism młodzieżowych, takich jak „Dziewczyna”. Dryfując w kierunku tego typu magazynów, redakcja „Filipinki” liczyła na zatrzymanie czytelniczek, częściej sięgających po kolorowe magazyny i rezygnujących z lektury tekstów, zamieszczanych na łamach swego wcześniej ulubionego tytułu. Zatem analiza zebranego materiału pozwoliła zweryfikować pierwotne założenie, iż ten miesięcznik podobny będzie bardziej do trzeciego z omawianych pism; wysunięte przypuszczenie okazało się mylne. Analiza wykazała również, że ci sami autorzy pojawili się zaledwie w 14 przypadkach przy okazji omawiania wybranej książki na łamach zarówno „Filipinki”, jak i „Cogito”. Byli to następujący pisarze: Victor Bockris, Michael Cunningham, Joanna Fabicka, Krzysztof Fordoński, Lian Hearn, Janet Joplin, Henning Mankell, Gabriel G. Márquez, Mariusz Maślanka, Haruki Murakami, Amélie Nothomb, Tomek Tryzna, Krzysztof Varga i Mikołaj Wójcik. Warto jednakże zaznaczyć, że w większości recenzenci obydwu pism wybierali różne książki tego samego autora, by zachęcić swych czytelników do lektury. Tylko w odniesieniu do sześciu twórców

proponowali ten sam tytuł (m.in. wskazując na biografię W. Whartona, pióra Krzysztofa Fordońskiego czy książkę Tomka Tryzny: *Idź, kochaj*).

Jak można było się domyślać, najmniejszą wspólną grupę recenzowanych pisarzy odnotowano w przypadku miesięcznika „Dziewczyna” oraz dwutygodnika „Cogito”. Wśród siedmiu nazwisk pojawiły się: Grażyna Bąkiewicz, Kathryn Harrison, Barbara Mujica, Jerzy Pilch, Eric Emmanuel Schmitt, Lisa See oraz Olga Tokarczuk. Wydaje się, że w tym przypadku zbieżność była zupełnie przypadkowa, szczególnie, że i tu proponowano częściej różne tytuły tych samych autorów.

W przypadku **ogłoszeń wydawniczych** „Cogito” okazało się tym piśmie, które edytorzy uznali za najbardziej odpowiadające promocji ich oferty. Na jeden jego numer przypadało średnio siedem inseratów, natomiast w odniesieniu do dwóch pozostałych periodyków było ich ponad trzykrotnie mniej, bo jedynie ok. dwóch. Wyraźne jest również zróżnicowanie wśród reklamodawców. Anonse, które odnajdujemy na łamach „Filipinki” były ogłoszeniami 9 oficyn, w odniesieniu do miesięcznika „Dziewczyna” odnotowujemy ich tylko 5, zaś w przypadku dwutygodnika „Cogito” było ich 28. Jedyną wspólną oficyną dla tych trzech pism było Wydawnictwo Prószyński i S-ka, ale ogłoszeń tego edytora było w każdym z nich niewiele. Stąd oferta o książkach, trafiająca do czytelników każdego z periodyków, była różna, choć w dwóch przypadkach można odnaleźć pewne zbieżności. Odbiorcy „Filipinki” mieli możliwość poznać ofertę głównie Wydawnictwa GREG i Akapit Pres, bo anonse obydwu oficyn pojawiały się w tym przypadku najczęściej. Kupujący miesięcznik „Dziewczyna” również zachęceni byli do poznania propozycji Wydawnictwa GREG, ale także m.in. niemieckiego koncernu Axel Springer. Natomiast czytelnicy ostatniego z badanych periodyków, „Cogito”, mieli okazję poznać ofertę głównie Wydawnictwa Wiedza Powszechna oraz oficyny Langenscheidt Polska. Od strony graficznej inseraty w każdym z omawianych magazynów były podobne, nierzadko będąc całostronicowymi, wielobarwnymi ogłoszeniami, zawierającymi podobne elementy: kopię okładki proponowanej książki, hasło reklamowe i dane dotyczące wydawcy.

Warto również zwrócić uwagę na **konkursy**, organizowane przez każde z trzech periodyków, jako że w tej kategorii najwyraźniej widać różnice, jakie pomiędzy nimi występują, jeśli chodzi o promocję książki.

Podobny charakter miały strony, poświęcone rozwijaniu zdolności literackich nastoletnich czytelników, występujące na łamach „Filipinki” i „Cogito”. W pierwszym przypadku była to rubryka *Cześć, poeci i poetki*, w drugim *Czas na debiut*. O ile jednak Natalia Usenko proponowała czytelnikom przysyłanie wierszy, o tyle Ludwik Janion zachęcał do próbowania swych sił również w twórczości prozatorskiej, jednocześnie często inicjując rozmaite konkursy literackie. Równocześnie widać większe zróżnicowanie

i oryginalność, jeśli chodzi o konkursy związane z książką, zamieszczane na łamach „Cogito”, w porównaniu z dwoma pozostałymi czasopismami. W ich przypadku książka była znacznie częściej jedną z nagród w danym konkursie niż jego przedmiotem, jak było to na łamach ostatniego z prezentowanych tytułów. Czytelnicy „Cogito” niejednokrotnie musieli wykazać się określoną wiedzą, by zdobyć nagrodę w danym konkursie. Znamienne, że większość tego typu przedsięwzięć, inicjowanych przez redakcje „Filipinki” oraz „Dziewczyny”, opierała się na konkursach sms-owych, natomiast w przypadku „Cogito”, jakkolwiek nie stroniono od tego typu rozwiązań, to jednak preferowano tradycyjną, listowną formę kontaktu z czytelnikami. To jedna z cech, podkreślająca indywidualny charakter tego dwutygodnika. O ile miesięcznik „Filipinka” w miarę upływu czasu coraz wyraźniej zatracił swoją specyfikę, upodabniając się do magazynów typu „Dziewczyna”, o tyle „Cogito”, pomimo stopniowo wprowadzanych modyfikacji, unowocześnień, pozostał w znacznym stopniu wierny pierwotnemu wzorowi, który odróżniał go od innych czasopism młodzieżowych. Ta konkluzja przekładała się również na informacje związane z książką.

Jakkolwiek każdy z periodyków stosował (choć w różnym stopniu) te same gatunki dziennikarskie (m.in. recenzje i wywiad), to jednak w przypadku każdego z nich widoczne były wyraźne różnice, choćby w doborze nazwisk autorów omawianych książek czy pomysłów na konkursy literackie. Cechą wspólną była zaś stosunkowo niewielka liczba publikacji dotyczących książki, zamieszczanych na łamach każdego z nich, równie nieduża liczba wywiadów⁴ (w przypadku „Dziewczyny” odnotowano ich całkowity brak) oraz bardzo mały odzew wśród czytelników na kwestie związane z literaturą poruszane w tych periodykach. Zwraca za to uwagę znacząca liczba informacji dotyczących ekranizacji znanych dzieł, co wpisywało się w ogólną tendencję, szczególnie dwóch pierwszych magazynów, obszernego informowania o tym, co dzieje się w świecie filmu (zwłaszcza w kontekście śledzenia losów znanych aktorów, odtwarzających główne role w najgłośniejszych filmach badanego okresu). Warto również podkreślić dużą grupę, jaką tworzyły w każdym z trzech przypadków informacje, zaliczone do kategorii Inne. Poza opowiadaniem czy fragmentami przywoływanych książek miały one przeważnie postać wzmianki lub jej odmiany w formie notatki prasowej⁵. Poza recenzjami, pod względem liczby, dominowały zatem minimalne informacje prasowe oraz informacje poszerzone.

⁴ Warto zauważyć, że na łamach „Filipinki” i „Cogito” w pięciu przypadkach bohaterami wywiadów były te same osoby: K. Grochola, J. Jabłczyńska (jedna z odtwórczyń postaci w zekranizowanej powieści *Nigdy w życiu*), M. Nahacz, I. Sowa, A. Stasiuk.

⁵ Notatka, według Z. Bauera, jest „odmianą wzmianki wzbogaconej o dodatkowe fakty szczegółowe” (*Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004, s. 155).

Ich uzupełnieniem były inseraty wydawnicze, które wraz z określonym charakterem reklamowanej oferty poszczególnych wydawców można uznać za pewien miernik zawartości każdego z tych pism w interesującym nas kontekście.

Jednocześnie, jeśli przyjąć, że każdy z omawianych periodyków był propagatorem uznawanych przez siebie wartości, pewnego rodzaju informatorem także po świecie kultury (rozumianej rozmaicie przez każde z pism) dla swych czytelników, to należy stwierdzić, że żaden z nich nie był godnym polecenia mistrzem w roli przewodnika po świecie książki, choć dwutygodnik „Cogito” czynił największe starania, by na to miano zasłużyć.

Rozdział 5

„ABY NIE UCICHŁ SZELEST PRZEWRACANYCH KARTEK...”¹: PORÓWNANIE OMÓWIONYCH CZASOPISM

Czasopisma, które stały się przedmiotem badań, tworzą grupę zróżnicowaną pod wieloma względami. Wydaje się, że trzy typy prasy, do których są zaliczane (pisma opinii, periodyki kobiece oraz tytuły adresowane do młodzieży) stanowią zamknięte segmenty, różniące się między sobą diametralnie. W każdym przypadku inny, jasno określony odbiorca determinuje ich zawartość, specyfikę przekazu, politykę redakcyjną, a nade wszystko cele, wynikające z definicji danego typu prasy. „Urabianie opinii publicznej i kształtowanie postaw” – to zadanie stojące przed prasą opiniotwórczą. „Ustawiczna dążność do podnoszenia wiedzy i poziomu kulturalnego” to m.in. cele prasy adresowanej dla płci pięknej. „Propagowanie pewnego stylu życia i myślenia, kształtowanie postaw, funkcja wychowawcza i edukacyjna”² – to z kolei domena periodyków przeznaczonych dla młodzieży. Pomimo oczywistych różnic już na tym etapie występują pomiędzy nimi pewne podobieństwa: „kształtowanie postaw”, choć rozmaicie rozumiane, w przypadku prasy opiniotwórczej i młodzieżowej zostało wyraźnie podkreślone, w odniesieniu do pism kobiecych zaś wynika pośrednio z pełnionej przez nie roli. Każde z nich popularyzuje określone opinie, sądy, tym samym kształtując poglądy swych czytelników na rozmaite kwestie, także na sprawy związane z kulturą, w tym z książką.

Każdy z omówionych periodyków zachował jednocześnie własną specyfikę, wynikającą m.in. z warunków, w których mierzyć się musiał z konkurencją na rynku prasowym. Analizowane tytuły zaistniały na nim w różnym okresie – ich ewolucję przedstawiono we wcześniejszych rozdziałach, w tym miejscu należy tylko przypomnieć pewne podstawowe fakty (tabela 81).

¹ Tytuł wywiadu z R. Skąpskim, zob. *aby nie ucichł szelest przewracanych kartek...* [pis. oryg.] [rozm. A. Palacz], „Wydawca” 2002, nr 5, s. 5.

² Przytoczone powyżej cytaty pochodzą z przywołanych wcześniej definicji poszczególnych typów prasy na początku każdego z poświęconych im rozdziałów.

Tabela 81. Dane bibliograficzne dotyczące omawianych w książce periodyków

Tytuł	Prasa opinii			Prasa kobieca			Prasa młodzieżowa		
	„Polityka”	„Wprost”	„News-week Polska”	„Zwierciadło”	„Twój Styl”	„Elle”	„Filipinka”	„Dziewczyna”	„Cogito”
Rok pierwszego wydania	1957–	1982–	2001–	1957–	1990–	1994–	1957–2006	1991–	1994–
Wydawca	Spółdzielnia Pracy „Polityka”	Agencja Wydawniczo-Reklamowa „Wprost”	Axel Springer Polska	IMPER Poland (1998–2002) Wydawnictwo Zwierciadło Sp. z o.o. (2002–2005)	Polska Grupa Interim/WPTS (2001–2002) Wydawnictwo Bauer (2002–2005)	Elle-Polska (1996–) Hachette Philipacci Polska	Wydawnictwo Prasowe „Twój Styl” (1998–2002) Wydawnictwo Bauer (2002–2005)	Axel Springer	AGA-PRESS
Częstotliwość	tygodnik	tygodnik	tygodnik	miesięcznik	miesięcznik	miesięcznik	miesięcznik	miesięcznik	dwutygodnik
Liczba numerów poddanych analizie (lata 2001 – 2005)	256	256	221	60	60	60	60	61	106

Źródło: badania własne.

Historia trzech badanych periodyków („Filipinki”, „Polityki”, „Zwierciadła”) sięga swymi korzeniami czasów PRL (każde z nich powstało w 1957 r.). Jednak, o ile dwa ostatnie przetrwały na wymagającym rynku prasowym, o tyle pierwszy w 2006 r. został zamknięty przez wydawcę, nie wytrzymał konkurencji z innymi tytułami pism młodzieżowych tego okresu. Jeden tytuł („Wprost”) powstał na początku lat 80. XX w., a zatem w specyficznej sytuacji politycznej panującej w kraju. Trzy inne pisma („Cogito”, „Dziewczyna”, „Twój Styl”) pojawiły się na początku lat 90. XX w., w okresie, gdy obserwowano intensywny, a wręcz żywiołowy rozwój wielu niezależnych inicjatyw wydawniczych, w czasie, gdy lawinowo powstawały nowe periodyki, a dawne tytuły podlegały przeobrażeniom lub były likwidowane. I wreszcie ostatni tytuł („Newsweek Polska”) pojawił się w Polsce na początku XXI w., a zatem w warunkach kryzysu ekonomicznego, jednocześnie w sytuacji dla rynku prasowego stosunkowo stabilnej, chociaż wyraźna była na nim rosnąca dominacja mediów elektronicznych.

Można zatem powiedzieć, że mamy tu do czynienia z trzema grupami czasopism: dawnymi („Filipinka”, „Polityka”, „Zwierciadło”), nowymi, które pojawiły się po 1989 r. („Cogito”, „Twój Styl”), wydawanymi na licencji („Dziewczyna”, „Elle”, „Newsweek Polska”) i tytułem, który zaistniał w ostatniej dekadzie PRL („Wprost”).


Cztery z przedstawionych periodyków należały do polskich wydawców, trzy inne wydawane były przez koncerny zagraniczne, dwa („Twój Styl” i „Filipinka”) podzieliły ten sam los: jakkolwiek przez kilka lat wydawane były przez rodzime spółki, to jednak w 2002 r. zostały wykupione przez tego samego niemieckiego wydawcę. Jednocześnie w badanej grupie trzy tytuły („Dziewczyna”, „Elle”, „Newsweek Polska”) wydawane były na licencji polskiej, przy czym dwa z nich („Dziewczyna”, „Elle”) stanowiły „kalki” pism zachodnich.

Przechodząc rozmaite, opisane wcześniej perturbacje, poddając się częstym zmianom zarówno dotyczącym szaty graficznej, jak i w różnym stopniu, zawartości, poza jednym („Cogito”) wszystkie tytuły zdążyły w tym samym kierunku, spotykając się jednym punkcie, jako nowoczesne kolorowe magazyny. Czy znalazło się w nich miejsce na prezentację literatury?

Analiza zebranego materiału wykazała, że każdy z periodyków informował swoich czytelników o książkach, chociaż czynił to w różnym stopniu i w inny sposób. **Wybrane kategorie różniły się od siebie w zdecydowany, na tyle znaczący sposób, że należy je rozpatrywać na dwóch płaszczyznach: statystycznej i jakościowej.** Jednocześnie należy zdawać sobie sprawę nie tylko z odmienności każdej z prezentowanych grup, ale również ze zróżnicowania, występującego pomiędzy poszczególnymi tytułami, zaliczonymi do tego samego typu prasy.

Przyjrzyjmy się najpierw określonym kategoriom i przyporządkowanym im liczbom (tabela 82).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Ekraniza- cje, adapta- cje, insceniz acje	121/0,47	136/0,53	162/0,73	419/0,57	27/0,45	45/0,75	32/0,53	104/0,58	49/0,82	35/0,58	27/0,25	111/0,49
Kon- kursy i akcje	49/0,19	35/0,14	92/0,42	176/0,24	157/2,62	65/1,08	14/0,23	236/1,31	60/1,00	22/0,36	60/0,57	142/0,63
Listy bestse- llerów	12/0,05	181/0,71	135/0,61	328/0,45	-	2/0,03	-	2/0,01	8/0,13	11/0,18	6/0,10	25/0,11
Listy czytelni- ków	58/0,23	51/0,20	23/0,10	132/0,18	14/0,23	7/0,12	2/0,03	23/0,13	3/0,05	4/0,07	-	7/0,03
Inne	447/1,74	288/1,13	174/0,79	909/1,24	345/5,75	312/5,20	77/1,28	734/4,08	177/2,95	166/2,72	211/1,99	554/2,44

 Najwyższa wartość w danej kategorii przypadająca na jeden tytuł w określonej grupie periodyków.

 Najwyższa wartość średnia przypadająca na jeden numer w określonej grupie czasopism, w danej kategorii, **pomędzy trzema typami pism.**

Źródło: badania własne.

W tym miejscu należy przypomnieć, że badano czasopisma o różnej częstotliwości: były to trzy tygodniki, pięć miesięczników oraz jeden dwutygodnik. Stąd przy wartościach bezwzględnych podano **średnią, przypadającą na jeden numer** i nią kierowano się przy dalszej analizie.

Porównując pod względem liczebnym poszczególne grupy pism pomiedzy sobą, okazało się, że w 6 kategoriach (na 10) najwięcej informacji o książce średnio na 1 numer przypada w udziale **prasie kobiecej**. Jest to zaskakujący wniosek, szczególnie jeśli zwróci się uwagę na charakter dwóch z trzech omawianych w tej grupie tytułów. „Twój Styl” w mniejszym, natomiast „Elle” w większym stopniu, nastawione były na kreowanie określonego (opisanego w odpowiednich podrozdziałach) wizerunku kobiety. Temu podporządkowana była zawartość każdego z miesięczników. Zwłaszcza zaś zainteresowania i charakter francuskiego tytułu wydawanego na licencji polskiej zdawały się pierwotnie przeczyć tak znacznemu zainteresowaniu kwestiami związanymi z książką (zob. rozdz. 3.4). Pewną przeciwagę stanowił miesięcznik „Zwierciadło”, tytuł znacznie ambitniejszy, prezentujący szerszy wachlarz zagadnień, niż było to w przypadku miesięcznika „Elle”.

Należy jednak podkreślić pewien bezsporny, jednocześnie jeden z podstawowych, jakie wysnuto na podstawie analizy zebranego materiału, fakt: nie podważając znaczenia wartości statystycznych, należy zwrócić uwagę na **stopień zróżnicowania i jakość prezentowanego materiału, nieporównywalną pod względem wartości w każdym z magazynów w tej grupie**. Tym samym waga wyróżniającej ten typ prasy przewagi w przekazywaniu interesujących nas informacji nabiera innego znaczenia. Uwaga ta odnosi się zwłaszcza do pierwszej z prezentowanych kategorii, jaką jest recenzja. Szczególnie na łamach miesięcznika „Elle” (w którym znalazło się najwięcej tego typu informacji, przypadających średnio na jeden numer) miała ona często postać adnotacji treściowych lub krótkich wzmianek, w których co prawda drukowano kopie okładek proponowanych lektur, podawano podstawowe dane bibliograficzne, ale ich ocena, jeśli się pojawiała, miała nierzadko formę hasła reklamowego, sam opis książki zaś ograniczał się przeważnie do kilku zdawkowych zdań, o czym szerzej pisano wcześniej (zob. rozdział 3.4.3.1.). Stąd wartość tego typu omówień była z recenzyjnego i poznawczego punktu widzenia znikoma. Z drugiej strony, recenzje zamieszczane na łamach miesięcznika „Zwierciadło”, zwłaszcza w szczegółowo opisanej rubryce *Moje książki* Renaty Arendt-Dziurdzikowskiej były obszerniejszymi, poważniejszymi omówieniami, w znacznym stopniu odpowiadającymi temu gatunkowi dziennikarskiemu.

Pozostałe kategorie, przede wszystkim zaś wywiady oraz sylwetki/portrety wyraźnie wpisywały się w formułę omówionych magazynów

kobięcych, zaliczanych do żurnali, ekskluzywnych tytułów dla kobiet, które już osiągnęły sukces, bądź do niego zmierzają, czytelniczek zainteresowanych życiem innych kobiet, nieprzeciętnych, tych, które zdobyły w życiu wysoką pozycję społeczną. Prezentacja takich osób pozwalała podkreślać wartości, propagowane przez te pisma, wskazując jednocześnie nierzadko drogę, którą kroczą odważne kobiety, i którą mogą również pokonać odbiorczyńie przedstawionych periodyków.

Natomiast konkursy, a ich liczba była najwyższa w przypadku prasy kobiecej, potwierdzały ambicje tych czasopism, które niejednokrotnie podkreślały, że kobieta powinna rozwijać swoją osobowość, umiejętności i zdolności, w tym przypadku talent lub predyspozycje literackie.

Można powiedzieć, że w odniesieniu do miesięczników kobięcych część prezentowanych kategorii była charakterystyczna dla tego typu prasy.

Drugie miejsce pod względem średniej liczby informacji zaliczanych do wymienionych kategorii wśród omawianych typów pism zajmuje **prasa opinii** (3 z 10 kategorii). Na łamach periodyków z tej grupy znalazło się najwięcej artykułów, podejmujących kwestie związane z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim. Dziennikarze przedstawionych tygodników zastanawiali się nad kondycją współczesnej literatury, jej znaczeniem i funkcją, opisując jednocześnie rolę twórcy, który konkurować musi z „autorytetami” kultury masowej. Prezentowano rozmaite typy literatury, podkreślając ich zalety i wskazując wady. Pisano także o rynku wydawniczym w Polsce, m.in. o problemach, z jakimi borykają się edytorzy. Najwięcej też prezentowano zestawień bestsellerów, a także na łamach tych periodyków pojawiało się najwięcej listów od czytelników, zainteresowanych kwestiami literackimi. Pomimo, że średnia liczba recenzji, przypadających na jeden numer była w przypadku prasy opinii najmniejsza, to już w tym miejscu należy podkreślić, że pod względem formalnym i merytorycznym były one bardzo starannie przygotowywane, szczególnie zaś na łamach tygodników „Polityka” i „Wprost”.

Najsłabiej pod względem liczbowym prezentowały się poszczególne kategorie zawierające ogółem informacje o książce, zamieszczane na łamach **prasy młodzieżowej**. Tu jedynie w odniesieniu do ogłoszeń wydawniczych średnia przypadająca na jeden numer wartość była najwyższa w porównaniu z dwoma pozostałymi typami prasy, głównie za sprawą dwutygodnika „Cogito”.

Z kolei porównując pod względem statystycznym tytuły w obrębie poszczególnych typów prasy, należy podkreślić, że w przypadku prasy opinii najwięcej informacji (średnio na jeden numer) związanych z książką zamieścił tygodnik „Polityka” (w 7 z 10 podanych kategorii), wśród czaso-

pism kobiecych „Zwierciadło” (6 kategorii), zaś w grupie periodyków młodzieżowych takim liderem była, co ciekawe „Filipinka” (4 kategorie).

Tytuły te prezentowały też najwyższy poziom merytoryczny i formalny przygotowywanych informacji związanych z książką w porównaniu ze swoimi konkurentami, należącymi do tego samego segmentu rynku.

Ze względu na objętość rozprawy nie jest możliwe szczegółowe porównanie każdej z wyodrębnionych kategorii. Zdecydowano o bliższym omówieniu trzech grup informacji, jako najbardziej reprezentatywnych: 1) recenzji, 2) reklam wydawniczych oraz 3) wywiadów.

5.1. *Książka dla wszystkich*¹: recenzje, omówienia, streszczenia

W tej kategorii najbardziej widoczne jest (w zależności od periodyku) zróżnicowanie pod względem formalnym i merytorycznym zawartych w niej informacji.

Wszystkie czasopisma proponowały swoim czytelnikom specjalne strony lub rubryki (drukowane w obrębie działu kulturalnego), w których prezentowano książki, chociaż, co należy podkreślić, w przypadku dwutygodnika „Cogito” nie była to rubryka istniejąca przez cały badany okres. Dział kulturalny wraz z omówieniami książek drukowano zazwyczaj na końcu danego numeru, choć wyjątkiem była „Polityka”, w której informacje kulturalne zamieszczano z reguły na początku wydania, lub w jego środku. W trakcie badanego okresu przedstawione pisma wielokrotnie zmieniały swoją szatę graficzną, dostosowując się do zmieniających się warunków, w tym do coraz bardziej wymagających odbiorców. Wraz z tymi zmianami modyfikowano również wygląd rubryk poświęconych prezentacji książek. Najczęstsze zmiany odnotowano w przypadku tygodnika „Wprost”. Częste próby zmierzały w większości przypadków do uzyskania bardziej przejrzystego, czytelnego, ale także kolorowego przekazu zamieszczanych w tym miejscu treści. Nie zawsze jednak udawało się ten efekt osiągnąć; niekiedy wersja pierwotna była znacznie korzystniejsza od kolejnych pomysłów, szczególnie z punktu widzenia czytelnika. Graficy niektórych tytułów (na przykład miesięcznika „Dziewczyna”) osiąkali efekt kolorowego komiksu, z przewagą zdjęć nad tekstem, w dodatku niedostatecznie od siebie oddzielonych, co wprowadzało na daną stronę chaos, a przynajmniej wrażenie zbędnego przesytu.

Jedynie w przypadku prasy opiniotwórczej książki omawiała duża grupa recenzentów, z reguły podawano też nazwisko osoby kierującej działem kulturalnym, w ramach którego drukowano interesujące nas materiały. Natomiast w przypadku prasy kobiecej był to zazwyczaj jeden recenzent, którego co pewien czas zastępowała kolejna osoba², zaś w prasie młodzieżowej tego typu informacje o książce rzadko były podpisywane pełnym imieniem i nazwiskiem recenzenta.

Jak już zaznaczono, postać recenzji była bardzo zróżnicowana. Pod względem **objętości** najpełniejsze omówienia występowały na łamach prasy opinii, zwłaszcza dwóch pierwszych tygodników: „Polityki” i „Wprost”.

¹ Tytuł recenzji, jaka ukazała się na łamach „Zwierciadła”, zob. „Zwierciadło” 2005, nr 5, s. 91.

² Wyjątek stanowiła (omówiona w rozdz. 3.2.3) autorska rubryka R. Arendt-Dziurzikowskiej: *Moje książki*, którą odnaleźć można było w badanym okresie na łamach miesięcznika „Zwierciadło”.

Podobną postać miały recenzje drukowane w dwóch magazynach kobiecych: „Zwierciadło” i „Twoim Stylu”. Znacznie skromniej prezentowały się omówienia i adnotacje treściowe, zamieszczane w trzecim badanym magazynie kobiecym, jakim było „Elle”. Ich forma przypominała zwarte notki informacyjne, nierzadko ograniczające się do jednego–dwóch zdań dotyczących treści książki i krótkiej oceny, przypominającej często hasło reklamowe. Podobną postać miały omówienia i adnotacje dotyczące wybranych lektur, drukowane na łamach dwóch periodyków młodzieżowych: „Dziewczyny” i „Filipinki”. Należy jednak powiedzieć, że ostatni wymieniony tytuł na początku badanego okresu zachował jeszcze dawne ambicje, starając się nieco szerzej prezentować wybrane lektury. Jednak w miarę upływu czasu forma tych omówień zbliżała się coraz bardziej do postaci informacji zamieszczanych na łamach „Dziewczyny”. Trzecie z pism młodzieżowych, przedstawionych w pracy, „Cogito”, wyróżniało się na tle swoich konkurentów, proponując swoim czytelnikom bogatszą prezentację książek, choć i w tym przypadku nie były to szczególnie rozbudowane recenzje.

Analiza tej kategorii informacji o książce pozwoliła wyodrębnić pewne **elementy wspólne**, które najczęściej pojawiały się w tego typu informacjach, proponowanych czytelnikom każdego z pism.

Starano się przede wszystkim przedstawiać główne wątki prezentowanej książki. **Streszczenie** było tym elementem, który odnaleźć można niemal we wszystkich recenzjach, omówieniach i adnotacjach, niezależnie od periodyku. Najbardziej było ono rozbudowane na łamach „Polityki” najmniej – w miesięcznikach „Elle” i „Dziewczyna”. Poza opisaniem fabuły proponowanej lektury, częstym elementem, który pojawiał się w recenzjach i omówieniach była również **prezentacja autora**. Miała ona różną objętość i charakter. Niekiedy były to krótkie stwierdzenia, przypominające, że autor znany jest czytelnikom dzięki wcześniej napisanemu bestsellerowi, otrzymanej nagrodzie albo wykonywanej pracy (poza pisaniem książek mógł to być znany felietonista, prezenter telewizyjny lub radiowy). Czasem w jednym zdaniu przypomniano najważniejsze (nieraz skandaliczne) fakty z życia pisarza. Ale pojawiały się również rozbudowane informacje związane z sylwetką autora. Szczególnie czytelnicy „Polityki”, „Wprost”, i „Newsweeka”, a mniejszym stopniu „Zwierciadła” mogli poznać więcej szczegółów biograficznych dotyczących autora proponowanej książki.

Trzecim najczęściej pojawiającym się elementem recenzji, omówień i adnotacji, który łączył wszystkie opisane periodyki, była **ocena** proponowanej książki. I w tym przypadku była ona rozmaicie wyrażana. Część czasopism w niektórych latach badanego okresu drukowała w dziale kulturalnym symbole graficzne, które miały odzwierciedlać wrażenia recenzenta po

przeczytaniu danej lektury. Niezależnie jednak od owych graficznych oznaczeń, czytelnicy każdego z pism w wielu przypadkach mieli okazję poznać opinię dziennikarza, omawiającego dany tytuł. Na łamach prasy młodzieżowej opinia ta była prezentowana w najbardziej zwięzłej formie, szczególnie zaś odbiorcy miesięcznika „Dziewczyna” przyzwyczajeni byli do (nierzadko) jednowyrazowych określeń, charakteryzujących daną książkę („świecna”, „znakomita”). Miłośnik literatury, który chciałby poznać także uzasadnienie oceny, powinien sięgnąć po pisma z grupy opiniotwórczych albo też zainteresować się recenzjami, zamieszczanymi na łamach „Zwierciadła” (szczególnie w rubryce R. Arendt-Dziurdzikowskiej *Moje książki*) lub sięgnąć po odpowiedni numer „Twojego Stylu”, licząc, że akurat w wybranym wydaniu trafi na obszerniejszą ocenę z komentarzem recenzenta. Najczęściej opinie miały charakter pozytywny, poza specjalnie drukowanymi na łamach niektórych pism rubrykami (*Niskie loty* – „Polityka”; *Od hitu do kitu* czy *Sława i chała* – „Wprost”). Najwięcej negatywnych recenzji mieli okazję poznać odbiorcy tygodnika „Wprost”. Niskie oceny, wystawiane przez dziennikarzy tego periodyku, korespondowały z tekstami dotyczącymi krytyki, zamieszczanymi niejednokrotnie na jego łamach.

Analiza wszystkich recenzji, omówień i adnotacji pozwoliła również, poza wyodrębnieniem najważniejszych elementów recenzji, wskazać na dominującą **funkcję** tego typu informacji, charakterystyczną dla poszczególnych typów opisanych czasopism.

W recenzjach zamieszczanych w prasie opinii na pierwszy plan wysuwała się funkcja informacyjna, nierzadko z towarzyszącym jej oceniającym komentarzem; największe też było w tym przypadku zróżnicowanie proponowanych lektur („Polityka” i „Wprost”). Funkcja głównie informacyjna była także cechą charakterystyczną omówień zamieszczanych na łamach czasopism młodzieżowych, szczególnie zaś przywoływanego wielokrotnie miesięcznika „Dziewczyna”. Interesujące spostrzeżenie odnotowano podczas analizy tej formy informacji o książce, drukowanej w prasie kobiecej. Otóż wydaje się, że omówienia wybranych lektur były w tym przypadku często dobierane wyraźnie po to, by uzupełniać i jednocześnie propagować wzór kobiety, promowany przez te pisma.

Warto na chwilę zatrzymać się przy stronie formalnej recenzji, omówień i adnotacji, które odnaleźć można w badanych czasopismach. Niezależnie od objętości dbano, by obok tych informacji pojawiała się (niemal zawsze) kopia okładki proponowanej książki, i nierzadko, wyraźnie wyeksponowana, w różnym stopniu czytelna i nierzadko oryginalnie sfotografowana. Wydaje się, że na ten element wielu recenzentów zwracało znacznie większą uwagę niż na podanie podstawowych danych bibliograficznych, dotyczących proponowanej lektury. Często (szczególnie na łamach „Wprost”, „Elle”, „Dziewczyny”) informacje takie czytelnik odnajdował w omówieniu

(ograniczały się one wtedy przeważnie tylko do autora i tytułu książki). Jednocześnie należy zwrócić uwagę na rażącą niekonsekwencję w podawaniu tego typu danych. Na tle innych czasopism najpełniejszy opis bibliograficzny książki pojawiał się przy recenzjach drukowanych w tygodniku „Polityka”.

Natomiast porównując periodyki w obrębie poszczególnych grup, można wskazać tytuły, które charakteryzowały się największym profesjonalizmem i takie, którym najwyraźniej tego brakowało. W ten sposób wyróżnić można następujące pary czasopism, w których różnice pomiędzy zamieszczanymi na ich łamach recenzjami były najbardziej widoczne: „Polityka” i „Newsweek Polska”, „Zwierciadło” i „Elle”, „Cogito” i „Dziewczyna”. Redakcje, szczególnie „Polityki” i „Zwierciadła”, w mniejszym stopniu „Cogito”, starały się prezentować swym czytelnikom rozbudowane omówienia książek, w których obok streszczenia głównych wątków pojawiała się krótka charakterystyka ich autorów, a także, nierzadko, element oceny, wyrażony nie tylko (w różnych okresach) za pomocą symboli graficznych, ale także osobistego komentarza.

Biorąc pod uwagę wszystkie omawiane pisma, na pochwałę zasługuje przede wszystkim tygodnik „Polityka” – bezsprzecznie recenzje tu drukowane były najlepiej przygotowywane i dzięki swym walorom najbliższe były temu gatunkowi dziennikarskiemu.

Pomimo różnego charakteru każdego z opisanych w pracy periodyków, udało się zatem wyodrębnić pewne cechy wspólne, które łączyły recenzje, omówienia i adnotacje dotyczące książek. Solidność prezentacji poszczególnych elementów tego typu informacji, stopień ich rozwinięcia były, jak wynika choćby z powyższego podsumowania, różne w każdym z czasopism.

Abstrachując w tym miejscu od oceny formy i wartości merytorycznej, przypomnijmy postawione we *Wstępie* pytanie: czy, niezależnie od innego dla każdego z czasopism typu odbiorcy, specyfiki każdego z periodyków, można wskazać na pewną wspólną grupę autorów, których książki, być może, omawiano na łamach poddanych analizie pism? O ile w przypadku prasy opinii i czasopism kobiecych ustalenie takiej płaszczyzny wydaje się całkiem realne, o tyle prasa młodzieżowa może budzić pewne obawy. Ale należy tu przypomnieć, że odbiorcami opisanych czasopism młodzieżowych byli czytelnicy zbliżający się do progu dorosłości (uczniowie szkół średnich), a zatem potencjalni odbiorcy także „poważniejszej” literatury. Opierając się na analizie materiału, można wyciągnąć kilka interesujących wniosków.

W latach 2001–2005 na łamach opisanych 9 czasopism ukazały się ogółem **3797** recenzji, omówień i adnotacji treściowych. Zaproponowano w ten sposób książki **1960** różnych autorów, w tym 700 twórców polskich i 1260 obcych. Pierwszym ciekawym spostrzeżeniem jest zatem to, że w tej kategorii informacji dominowały tłumaczenia.

Zanim przedstawione zostaną wyniki badań, dotyczące wspólnych dla opisanych czasopism grup pisarzy, należy przypomnieć, że przypadku prasy opinii przeważnie prezentowano książki znane szerszej publiczności, te, które nierzadko gościły na listach bestsellerów. Podobnie było w przypadku prasy młodzieżowej, przy czym w miesięczniku „Dziewczyna” starano się pisać o książkach, które niekoniecznie osiągnęły wysokie pozycje w rozmaitych zestawieniach, ale o tych, które były w owym czasie modne. Podobnie czyniono w śledzącym najmodniejsze trendy magazynie „Elle”, adresowanym do kobiet. Poza tym tytułem, dwa pozostałe periodyki adresowane do pań starały się zachować pewien indywidualny charakter prezentowanych książek. Jak już wcześniej wspomniano, literatura tu omawiana wpisywała się w program zarówno „Twojego Stylu”, jak i „Zwierciadła”. Bohaterki proponowanych książek odpowiadały wzorowi lansowanemu przez owe magazyny: kobiety inteligentnej, ambitnej, silnej i zadbanej, zainteresowanej otaczającym ją światem. Zatem twórczość jakich pisarzy mogła sprostać równocześnie wszystkim tym wymaganiom, stawianym przez każdy typ prasy? Czy pomimo różnic, wynikających z charakteru i wieku odbiorcy poszczególnych typów pism, zróżnicowania formalnego i wartości merytorycznej recenzji udało się wyłonić wspólną płaszczyznę dla wszystkich tych periodyków, nie tylko w obrębie danego typu pism (co było już przedmiotem analizy w poszczególnych rozdziałach)? W tabeli 83 przedstawiono zestawienie, prezentujące tych twórców, którzy pojawili się przynajmniej w jednym periodyku, reprezentującym każdy z omawianych typów prasy³.

Tabela 83. Autorzy recenzowanych książek wspólni dla badanych czasopism w latach 2001–2005

Autor recenzowanego dzieła	Typ prasy	Tytuł czasopisma	Liczba czasopism ogółem
1	2	3	4
Paul Auster	Prasa opinii	P W NP	6
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Victor Boris	Prasa opinii	P W	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	F C	
Grażyna Borkowska	Prasa opinii	NP	5
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F	

³ Pomimo że zestawienie jest obszerne, zdecydowano, że względu na jego walory porównawcze, umieścić je w całości w głównym tekście opisowym.

Tabela 83 (cd.)

1	2	3	4
Dan Brown	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Anna Brzezińska	Prasa opinii	P	4
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Candace Bushnell	Prasa opinii	P	3
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
John Le Carré	Prasa opinii	P NP	4
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Jonathan Carroll	Prasa opinii	P NP	6
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Max Cegielski	Prasa opinii	W	4
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Paulo Coelho	Prasa opinii	P W	6
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
John M. Coetzee	Prasa opinii	P W NP	9
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz C	
Michael Cunningham	Prasa opinii	P NP	6
	Prasa kobieca	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	Dz C	
Irina Dienieżkina	Prasa opinii	W	5
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	F Dz C	
Lawrence Durrell	Prasa opinii	P	3
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	C	
Magda Dygat	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Umberto Eco	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Eva Ensler	Prasa opinii	NP	4
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	C	

1	2	3	4
Karen Essex	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Jeffrey Eugenides	Prasa opinii	NP	6
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Jasper Fforde	Prasa opinii	W NP	4
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Helen Fielding	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Lynn Freed	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	C	
Rubén Gallego	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	E	
Laurent Gaudé	Prasa opinii	P	3
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	C	
Manuela Gretkowska	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Katarzyna Grochola	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Joanne Harris	Prasa opinii	W	4
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Lian Hearn	Prasa opinii	NP	4
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	F C	
Hermann Hesse	Prasa opinii	P	5
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Patricia Highsmith	Prasa opinii	W	5
	Prasa kobieca	Z TS	
	Prasa młodzieżowa	Dz C	
Nick Hornby	Prasa opinii	P NP	5
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Andrzej Horubała	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	

Tabela 83 (cd.)

1	2	3	4
Michael Houelle- becq	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	C	
John Irving	Prasa opinii	P NP	6
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Wojciech Jagielski	Prasa opinii	P	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Krystyna Janda	Prasa opinii	W	5
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Imre Kertész	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	C	
Naomi Klein	Prasa opinii	P W	5
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Krystyna Kofta	Prasa opinii	P W NP	6
	Prasa kobieca	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	F	
Barbara Kosmow- ska	Prasa opinii	NP	5
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Jan Kott	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F	
Hanna Kowalewska	Prasa opinii	P	4
	Prasa kobieca:	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Wojciech Kuczok	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Milan Kundera	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	C	
Hari Kunzru	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F	
Mario V. Llosa	Prasa opinii	P W NP	6
	Prasa kobieca	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	C	

1	2	2	3
Robert Ludlum	Prasa opinii	P NP	4
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Maciej Łuczak	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Aleksandra Mari- ninia	Prasa opinii	P NP	5
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Gabriel G. Márquez	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	F C	
Yann Martel	Prasa opinii	P NP	5
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Dorota Masłowska	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Tomasz Matkowski	Prasa opinii	P W	4
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Frances Mayes	Prasa opinii	W	4
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Eduardo Mendoza	Prasa opinii	P NP	5
	Prasa kobieca	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	C	
Henry Miller	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Katarzyna Miller	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Czesław Miłosz	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Jan Miodek	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F	
Manuel V. Montal- bán	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	

Tabela 83 (cd.)

1	2	3	4
Sławomir Mrożek	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Barbara Mujica	Prasa opinii	NP	4
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	Dz C	
Mirosław Nahacz	Prasa opinii	P W	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Amélie Nothomb	Prasa opinii	P NP	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F C	
Joyce C. Oates	Prasa opinii	P W NP	8
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Tony Parsons	Prasa opinii	NP	5
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Beata Pawlikowska	Prasa opinii	W NP	5
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Arturo Pérez-Reverte	Prasa opinii	P W NP	9
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz C	
Sandra Petrigiani	Prasa opinii	W	3
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	F	
Tomasz Piątek	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Wiktor Pielewin	Prasa opinii	P W NP	5
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F	
Jerzy Pilch	Prasa opinii	P	4
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz C	
Agneta Pleijel	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F	
Terry Pratchett	Prasa opinii	P NP	4
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	

1	2	3	4
Richard Russo	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Andrzej Sapkowski	Prasa opinii	P	5
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
José Saramago	Prasa opinii	P	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	C	
David Schickler	Prasa opinii	NP	6
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	Dz F C	
Eric Emanuel Schmitt	Prasa opinii	P NP	6
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	Dz C	
Alice Sebold	Prasa opinii	P NP	6
	Prasa kobieca	TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Zadie Smith	Prasa opinii	P NP	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Marek Soból	Prasa opinii	P	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
Izabela Sowa	Prasa opinii	NP	4
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Andrzej Stasiuk	Prasa opinii	P NP	4
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F	
Joanna Szczepkowska	Prasa opinii	W	4
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	C	
Amy Tan	Prasa opinii	NP	5
	Prasa kobieca	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Dorota Terakowska	Prasa opinii	P	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz C	
Olga Tokarczuk	Prasa opinii	P NP	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	Dz C	

Tabela 83 (cd.)

1	2	3	4
Jáchym Topol	Prasa opinii	P NP	5
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Sue Townsend	Prasa opinii	P W	7
	Prasa kobieca	Zw TS E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Dubravka Ugrešić	Prasa opinii	P	4
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	F	
Erica Wagner	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	TS	
	Prasa młodzieżowa	C	
Thomas Wharton	Prasa opinii	NP	4
	Prasa kobieca	Zw TS	
	Prasa młodzieżowa	Dz	
William Wharton	Prasa opinii	NP	4
	Prasa kobieca	Zw	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Janusz L. Wiśniewski	Prasa opinii	P W NP	7
	Prasa kobieca	Zw E	
	Prasa młodzieżowa	F Dz	
Isabel Wolff	Prasa opinii	NP	3
	Prasa kobieca	E	
	Prasa młodzieżowa	Dz	

Uwaga: Zastosowano następujące skróty: P → „Polityka”, W → „Wprost”, NP → „Newsweek Polska”, Zw → „Zwierciadło”, TS → „Twój Styl”, E → „Elle”, F → „Filipinka”, Dz → „Dziewczyna”, C → „Cogito”.

Źródło: badania własne.

Jak wynika z zestawienia, książki zaledwie dwóch pisarzy omawiane były na łamach wszystkich badanych czasopism. Byli to J. M. Coetzee oraz A. Pérez-Reverte. W ośmiu periodykach przedstawiono z kolei książki J. C. Oates (tylko recenzenci „Cogito” nie sięgnęli po twórczość tej autorki). Z kolei czytelnicy siedmiu czasopism mieli możliwość poznać wybrane tytuły Magdy Dygat⁴, Umberto Eco⁵, Helen Fielding⁶, Katarzyny Grocholi⁷,

⁴ W tym przypadku zabrakło tej autorki zarówno na łamach „Cogito”, jak i „Dziewczyny”.

⁵ Brakowało omówień zarówno w „Cogito”, jak i „Filipince”.

⁶ Twórczość tej autorki pominięto w „Zwierciadło” i „Cogito”.

⁷ Próżno by szukać recenzji książek tej autorki w „Twoim Stylu” i „Cogito”.

Wojciecha Kuczoka⁸, Gabriela G. Márqueza⁹, A. Nothomb¹⁰, Z. Smith¹¹, Doroty Terakowskiej¹², Olgi Tokarczuk¹³, Sue Townsend¹⁴ oraz Janusza L. Wiśniewskiego¹⁵. W niemal wszystkich przypadkach recenzowano jednak różne książki danego autora. Stąd trudno wysnuwać daleko idące wnioski, dotyczące grupy tych pisarzy, po książki których sięgnęli recenzenci niemal wszystkich opisanych czasopism. Można jedynie stwierdzić, że byli to twórcy, których nazwiska w owym czasie znane były szerszej publiczności i które mogły zainteresować odbiorców zarówno pism opinii, jak i periodyków kobiecych czy czasopism młodzieżowych. Ciekawsze wnioski natomiast nasuwają się, gdy przyjrzymy się pełnemu zestawieniu, przyporządkowując poszczególnych autorów do kolejnych periodyków. Największą wspólną płaszczyznę wykazują pisma opinii i prasa kobieca (w 13 przypadkach to właśnie w takiej konfiguracji pojawiły się wspólne dla nich nazwiska). W niewiele mniejszym stopniu prasa kobieca znalazła wspólną płaszczyznę z prasą młodzieżową (9 nazwisk). W analizie wszystkich recenzji został potwierdzony ten wniosek. Wynikało to z faktu, iż zarówno „Filipinka”, jak i „Dziewczyna” adresowane były głównie do nastolatek, przyszłych czytelniczek prasy kobiecej. „Filipinka”, będąc przez pewien okres własnością wydawcy „Twojego Stylu”, w swej formule zbliżyła się do tego periodyku. Jak wspomiano w rozdziale 4.2, redaktor naczelna tego czasopisma kobiecego przyznawała, że celem jest wychowanie przyszłych czytelniczek „Twojego Stylu”. Każdy z periodyków informował o bestsellerach, które mogły zainteresować odbiorcę konkretnego czasopisma.

⁸ Jego tekstami nie zainteresowali się dziennikarze zarówno „Dziewczyny”, jak i „Cogito”.

⁹ Nie było omówień jego twórczości w „Zwierciadle” i „Dziewczynie”.

¹⁰ Brakowało prezentacji we „Wprost” i „Dziewczynie”.

¹¹ Nie proponowano jej książek we „Wprost” i „Cogito”.

¹² Brak omówień na łamach „Wprost” i „Newsweek Polska”.

¹³ Brak recenzji we „Wprost” i „Filipince”.

¹⁴ Brak recenzji w „Newsweek Polska” i „Cogito”.

¹⁵ Brak prezentacji książek tego autora na łamach „Twojego Stylu” i „Cogito”.

5.2. *Warto czytać*¹: reklamy książek

Największą liczbę inseratów wydawniczych odnaleźć można było na łamach prasy młodzieżowej. Wynikało to jednak w dużej mierze z faktu, że na łamach jednego nich, „Cogito”, odnotowano ich najwięcej spośród wszystkich badanych czasopism. Była to jednakże oferta stosunkowo monotonna pod względem charakteru proponowanych tytułów. Jak pisano we wcześniejszym rozdziale, większość ogłoszeń promowała wydawnictwa szkolne i źródłowe, a prym wśród edytorów wiodło w tym przypadku Wydawnictwo Wiedza Powszechna.

Najbardziej zróżnicowana oferta reklamowa pojawiła się natomiast na łamach pism opiniotwórczych, szczególnie zaś czytelnicy tygodników „Polityka” i „Wprost” mieli do wyboru szeroki wachlarz tytułów, pochodzących od różnych wydawców. W tabeli 84 zawarto liczbę edytorów, którzy reklamowali swoją ofertę na łamach poszczególnych periodyków:

Tabela 84. Edytorzy, zamieszczający reklamy wydawnicze na łamach badanych periodyków oraz wspólne dla poszczególnych grup oficyny

Tytuł czasopisma	Prasa opinii			Prasa kobieca			Prasa młodzieżowa		
	„Polityka”	„Wprost”	„Newsweek Polska”	„Zwierciadło”	„Twój Styl”	„Elle”	„Filipinka”	„Dziewczyna”	„Cogito”
Liczba wydawców	57	75	14	16	5	8	9	5	28
Wspólni dla danej grupy pism wydawcy	Wydawnictwo Pascal Świat Książki Wydawnictwo Universitas Wydawnictwo Naukowe PWN Wydawnictwo W.A.B.			Wydawnictwo Naukowe PWN			Wydawnictwo Prószyński i S-ka		

Źródło: badania własne.

Powyższe dane potwierdzają wniosek, że czytelnicy dwóch najstarszych tygodników opinii w Polsce mieli okazję poznać urozmaiconą ofertę wydawniczą, pochodząca od wielu edytorów. Łamy prasy kobiecej oraz dwóch poddanych analizie czasopism młodzieżowych („Dziewczyny” i „Filipinki”) okazały się mało zachęcające dla potencjalnych reklamodawców, chociaż, co było już podkreślane, nie brakowało w tych pismach reklam proponujących zgoła inny asortyment (na przykład kosmetyki, artykuły higieniczne). Niewielka liczba ogłoszeń może dziwić, szczególnie w odnie-

¹ Hasło reklamowe jednego z ogłoszeń wydawniczych, zob. „Polityka” 2005, nr 47, s. 102.

sieniu do periodyków kobiecych. Powstaje w tym miejscu pytanie, czy przeszkodą była zbyt wysoka cena modułu reklamowego, przerastająca możliwości finansowe liczących się na rynku wydawców, czy też może ich obawa, że potencjalne adresatki ogłoszenia nie będą zainteresowane ofertą książek w takim stopniu, by opłacało się ją zamieszczać. Natomiast w przypadku prasy młodzieżowej, zwłaszcza zaś dwóch pierwszych tytułów, odpowiedź wydaje się znana. Czy czytelniczki „Dziewczyny”, a także „Filipinki”, z okresu, gdy stała się ona własnością niemieckiego wydawcy, były zapalonymi miłośniczkami słowa pisanego...? Wystarczy obejrzyć wybrane numery tych periodyków, zwłaszcza z ostatnich analizowanych lat, by odpowiedzieć na to pytanie. Redakcje (głównie miesięcznika „Dziewczyna”) nie bez powodu drukowały tak skromne omówienia książek, że nierzadko przypominały one wraz z innymi informacjami kulturalnymi kolorowy kalejdoskop, pełen barwnych zdjęć, z niewielkim dodatkiem treści. Inną kwestią pozostaje pytanie, czy były to reakcje na faktyczne potrzeby nastolatek, czy też prasa tego typu serwując materiał podany w taki sposób, kształtowała pewien rodzaj mody, stylu, tego, co „powinno” się podobać, a co „powinno” nudzić (do tej ostatniej kategorii z pewnością, zdaniem redakcji, należały obszerniejsze teksty, w tym recenzje).

Pod względem graficznym ogłoszenia wydawnicze miały podobną postać, chociaż, zgodnie z tendencją, której wierne pozostały wspomniane periodyki młodzieżowe, na ich łamach przeważały całostronicowe, niezwykle kolorowe inseraty. W prasie kobiecej natomiast reklamy wydawnicze prezentowały się szczególnie okazale na łamach dwóch pierwszych czasopism: „Zwierciadła” i „Twojego Stylu”, z kolei na łamach „Elle” większość anonsów przyjmowała postać małych modułów, choć uwagę czytelników mogły i w tym przypadku zwracać żywe kolory i wyróżniająca się grafika.

Niemal wszystkie ogłoszenia wydawnicze zawierały te same elementy: kopię okładki proponowanej książki lub książek, niekiedy hasło reklamowe, zawsze dane wydawcy. Czasem elementem uzupełniającym był fragment proponowanej lektury, nieraz opinia znanego specjalisty na temat polecanego utworu, stosunkowo rzadko zdjęcie autora.

Wydaje się, że ta forma informacji o książce w przypadku dwóch z trzech badanych typów prasy, przynajmniej w odniesieniu do analizowanych periodyków, nie została w pełni wykorzystana.

5.3. Autor pisze na własną odpowiedzialność¹: wywiady

Ogółem na łamach wszystkich badanych periodyków w ciągu pięciu lat pojawiły się 432 wywiady. W sumie przeprowadzono rozmowy z 355 osobami. Żaden z rozmówców nie był gościem wszystkich badanych periodyków. Jedynymi autorami, których miało szanse poznać najwięcej czytelników, byli K. Grochola² i Jerzy Pilch³. Wywiady z nimi znalazły się na łamach pięciu z dziewięciu badanych czasopism.

Niezależnie od tytułu, każda zamieszczona w piśmie rozmowa wzbogacona była o zdjęcie bądź zdjęcia rozmówcy wraz z notką biograficzną na jego temat. W wielu przypadkach tekst poprzedzony był krótkim wprowadzeniem, w którym starano się zainteresować czytelników poruszonymi w rozmowie tematami. Niekiedy w tym miejscu przypomniano najciekawsze wydarzenie z życia danego twórcy lub też cytowano fragment zamieszczonej poniżej rozmowy.

Najwięcej wywiadów znalazło się na łamach prasy kobiecej, tam też były one najbardziej rozbudowane, i z punktu widzenia czytelnika, najbardziej interesujące. Najobszerniejsze (średnio pięć stron) drukowano na łamach „Zwierciadła”, najskromniejsze pod względem objętości pojawiały się w magazynie „Elle” (średnio strona). Wywiady tu zamieszczane były też najbardziej charakterystyczne, jako że, jak już zostało to powiedziane, wpisywały się w politykę każdego z tych pism w bardzo wyraźny sposób. Pieczołowicie wybierano rozmówców, nierzadko przeprowadzano tzw. podwójne wywiady: na przykład ze znanym pisarzem i jego żoną/partnerką lub popularną autorką i jej mężem/partnerem. Na łamach „Zwierciadła” i „Twojego Stylu” pytano zazwyczaj o twórczość danego autora, natomiast w przypadku „Elle” częściej były to rozmowy dotyczące jego życia prywatnego. O ile jednak rozmowy przeprowadzane przez dziennikarzy pierwszego i trzeciego magazynu miały przeważnie charakter rozrywkowy, o tyle wywiady drukowane na łamach „Twojego Stylu” poza funkcją rozrywkową spełniały również rolę wspomagającą główne idee pisma. Ich bohaterkami bywały nierzadko kobiety, które pokonując liczne przeszkody, osiągnęły w życiu wysoką pozycję społeczną, były silne psychicznie, a w życiu codziennym potrafiły radzić sobie z problemami.

Udanym uzupełnieniem wywiadów, zamieszczanych na łamach opisanych czasopism, były portrety wybranych twórców. I w przypadku tej

¹ Tytuł jednego z wywiadów, zob. „Cogito” 2005, nr 22, s. [37].

² Wywiad z nią pojawił się na łamach „Cogito”, „Elle”, „Filipinka”, „Twój Styl” oraz „Wprost”.

³ Rozmowa z autorem *Mojego pierwszego samobójstwa* pojawiła się na łamach „Cogito”, „Elle”, „Polityki”, „Twojego Stylu” i „Zwierciadła”.

kategorii najciekawsze obrazy kreślono na łamach czasopism kobiecych. Wiele z takich tekstów miało postać dłuższych, interesujących historii, opisujących życie wybranej osoby. Ulubioną przez dziennikarzy kilku periodyków postacią w tamtym okresie była Virginia Woolf i Sylvia Plath. Prawdopodobnie bodźcem do opisanie ich losów były filmy, opowiadające o ich życiu, które w tamtym okresie cieszyły się dużą popularnością. Tę kategorię informacji, pośrednio związanej z książką, przedstawiono dokładniej w rozdziałach poświęconych konkretnym tytułom.

Na uwagę, poza omówionymi w tym rozdziale kategoriami, zasługują również konkursy i akcje, związane z książką, organizowane przez reprezentowane czasopisma. Tego typu inicjatywy oddawały specyfikę każdego z badanych tytułów. O ile w przypadku prasy opinii ich głównym celem była promocja książki i czytelnictwa, o tyle na łamach prasy kobiecej chodziło przede wszystkim o rozwijanie zdolności twórczych czy literackich wśród czytelniczek. Natomiast w przypadku czasopism młodzieżowych podstawowa funkcja, którą spełniać miały rozmaitego rodzaju konkursy, opierała się bądź to na rozrywce („Dziewczyna”) albo rozwijaniu wiedzy i kształceniu odbiorcy („Cogito”). Były to zatem, przenikające się pomiędzy sobą w różnym stopniu, realizowane poprzez tego typu inicjatywy trzy różne funkcje: informacyjna, rozrywkowa i poznawczo-kształceniowa, edukacyjna.

I takie też funkcje były, jak się zdaje, przypisane do poszczególnych typów prasy.

Warto jeszcze w tym miejscu nadmienić, że w każdym z periodyków, w formie specyficznej dla siebie, informowano o najważniejszych wydarzeniach literackich lat 2001–2005. W postaci przede wszystkim recenzji, ale także pośrednio dzięki wywiadam, czytelnicy tych czasopism mogli kształtować swoją własną opinię na temat na przykład ekranizacji cyklu powieści Johna R. R. Tolkiena, Joanne J. Rowling czy książek Andrzeja Sapkowskiego.

Analiza bogatego i niezwykle zróżnicowanego materiału pozwoliła stwierdzić, że w każdym z badanych typów prasy obecne były, w różnym stopniu, podstawowe kategorie zawierające informacje związane z książką.

Najbardziej wyrazistą grupę stanowiły recenzje, omówienia i adnotacje. Były one reprezentowane najliczniej, i chociaż ich forma nierzadko budziła zastrzeżenia, ważne jest, iż chociaż w takiej (szczętkowej) postaci trafiała do czytelnika.

Jednakże równocześnie należy raz jeszcze podkreślić, że o ile w przypadku prasy opinii w znacznym stopniu znajdowała zastosowanie klasyczna recenzja, pełniąca zarówno funkcję informacyjną, jak i nierzadko wartościującą, o tyle w niektórych czasopismach kobiecych i prasie młodzieżowej rolę recenzji pełniły przeważnie teksty ograniczone przede wszystkim do informacji i swego rodzaju reklamy. Natomiast elementy analizy, motywowa-

wanego wartościowania były w nich coraz bardziej ograniczane. Kierunek ewolucji tego gatunku dziennikarskiego zmierzał wyraźnie do zmniejszenia elementów oceniających, na rzecz eksponowania elementów informacyjnych i reklamowych. Te spostrzeżenia znajdują swoje potwierdzenie także w ogólnych sędach, dotyczących mediów:

niezależnie od tego, czy są to tzw. media tradycyjne [...], czy też nowoczesne media elektroniczne [...] – stały się we współczesnym świecie prawdziwą potęgą. Nazywane niegdyś czwartą władzą, powoli stają się pierwszą władzą, gdyż mogą nie tylko informować o wydarzeniach, ale owe wydarzenia inicjować, kreować tak, że informacji niebezpiecznie blisko do chwytu marketingowo-propagandowego⁴.

I taką rolę coraz częściej zdaje się spełniać informacja o książce, zamieszczana na łamach badanych czasopism.

⁴ *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, red. M. Sokołowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. [7].

ZAKOŃCZENIE

Książka stała się w wielu cywilizacjach symbolem kultury, jej emanacją i instrumentem. Utrwalanie w książce – za pomocą pisma – ludzkiej myśli i języka stworzyło sprawne narzędzie zachowywania i przekazywania tekstów, narzędzie pokonujące przestrzeń i czas, bariery ekonomiczne, religijne, polityczne¹.

Czasy nam współczesne narzucają niezwykle szybkie tempo życia. Dzięki nowoczesnym technologiom komunikacyjnym możliwa jest globalna wymiana informacji, w której media odgrywają niebagatelną rolę. Środki masowego przekazu końca XX w. były, jak pisze Małgorzata Bonikowska, „zdominowane pędem do informacji, zdobywaniem najświeższych newsów, maksymalizacją ilości wiadomości”². Swoisty wyścig z czasem, nieustanna walka o klienta, konsumenta, widza, czytelnika stanowiły wyróżniki ostatniej dekady ubiegłego stulecia. Z kolei początek XXI w. oferuje odbiorcy olbrzymi wybór zróżnicowanych dóbr, w tym także informacji, którymi jest on otoczony ze wszystkich stron. Hasła reklamowe nawołujące do kupna wybranych produktów pojawiają się na ulicznych billboardach, wystawach sklepów, w środkach komunikacji miejskiej, w Internecie, telewizji, radiu i prasie. Tak olbrzymia dawka informacji dotyczących różnych dziedzin życia, nie pozwala współczesnemu człowiekowi na właściwą ich percepcję, w tym rzetelną ocenę, a następnie optymalny wybór. W zasadniczy sposób na decyzję wpływa dobrze pomyślana kampania, określony sposób przekazu skomentowanej informacji. Co gorsza, manipulacja, przypisywana mediom od dawna, dziś, dzięki m.in. rozbudowanej sieci agencji związanych z *public relations*, jest przez większość odbiorców w ogóle nie dostrzegana. Jednocześnie przyjmowane przezeń wybory, opinie są nierzadko odzwierciedleniem poglądów danego nadawcy – wybranego producenta, a w przy-

¹ K. Migoń, *Uniwersum piśmiennictwa, jego właściwości, granice i sposoby istnienia*, [w:] *Uniwersum piśmiennictwa wobec komunikacji elektronicznej*, red. K. Migoń, M. Skalska-Złat, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2009, s. 12.

² M. Bonikowska, *Media w XXI wieku*, [w:] *Media a wyzwania XXI wieku*, red. M. Bonikowska, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2009, s. 17.

padku mediów – dziennikarza. Zjawiska te dotyczą także kultury, która, jak się wydaje, sprzyjać powinna przecież rozwojowi indywidualnych zapatrywań, ocen i postaw.

Jaką pozycję w owym gąszczu informacji zajmuje przekaz związany z książką? Czy jest tu dla niej miejsce? Czy prasa, jako jeden ze środków masowego przekazu spełnia przypisane jej funkcje, pisząc o literaturze i książce?

Odpowiedzi na postawione we *Wstępie* pytania, które wyłoniły się w wyniku przeprowadzonej analizy zawartości wybranych czasopism, budzą ambiwalentne odczucia.

W każdym z badanych periodyków proponowano czytelnikom rubryki, poświęcone prezentacji książek. Redakcje tych czasopism przyznawały w ten sposób, że informacja tego typu jest potrzebna (choć można przypuszczać, że kierowano się w tym względzie różnymi przekonaniem). Jednocześnie zjawisko to nie było jednoznaczne i ukształtowane choćby zbliżoną skalą zainteresowania książką przez poszczególne periodyki. Rozpiętość w tym zakresie okazała się bardzo szeroka: najbardziej zróżnicowane formy związane z tą problematyką pojawiały się na łamach pism opiniotwórczych, najmniej – w czasopismach młodzieżowych. Opisane tygodniki, szczególnie zaś „Polityka” i „Wprost”, pretendowały do roli przewodników kulturowych, komentujących wybrane wydarzenia, miesięczniki młodzieżowe (zwłaszcza „Dziewczyna” i „Filipinka”) i jeden z magazynów kobiecych („Elle”) ograniczały swe ambicje w tym zakresie do roli informatorów (pozbawionych refleksji) o tym, co było aktualnie popularne, starając się podkreślać te aspekty poruszanych kwestii, które mogły być przede wszystkim intrygujące, a jednocześnie modne. Ciekawe zadanie natomiast stawiały przed sobą dwa pozostałe magazyny kobiece („Twój Styl” i „Zwierciadło”), które wykorzystując rozmaite formy informacji o książce, kreowały wybrany przez siebie wizerunek kobiety, wpisany w programy każdego z nich.

Analiza zebranego materiału pozwoliła stwierdzić, że na łamach każdego z czasopism pojawiały się następujące formy informacji o książce: recenzja, ogłoszenie wydawnicze, wywiad, portret/sylwetka. Jednakże swego rodzaju znakiem czasu było wykorzystanie tych gatunków dziennikarskich w bardzo nierównym stopniu.

Rzetelne recenzje pojawiały się tylko na łamach dwóch tygodników opinii, dwóch magazynów kobiecych oraz jednego czasopisma dla młodzieży. Cztery pozostałe periodyki zadowalały się namiastką recenzji, którą można byłoby określić mianem mikrorecenzji, ze wszelkimi znamionami notatki prasowej z elementami reklamowymi. Tym samym forma determinowała ich funkcję: ambitniejsze omówienia, które miał okazję poznać czytelnik pięciu z przedstawionych czasopism, poza oczywistą informacją,

oferowały także komentarz oceniający, w którym zazwyczaj nie brakowało również uzasadnienia. Z kolei wspomniane mikrorecenzje pełniły funkcję informacyjno-reklamową, wpisując się w charakter czasopism, na łamach których były drukowane.

Druga podstawowa i jednocześnie jedna z najstarszych form informacji o książce, jaką są ogłoszenia wydawnicze, nie stanowiła stałego elementu każdego z czasopism. Na łamach prasy młodzieżowej i częściowo kobiecej ten typ promocji pojawiał się nieregularnie, w niektórych przypadkach bardzo rzadko, przy czym oferta proponowanych tytułów była tu stosunkowo monotonna (widoczne to było szczególnie w przypadku dwutygodnika „Cogito”). Najbardziej zróżnicowane propozycje pochodzące od wydawców odnaleźć można było na łamach pism opinii, zwłaszcza tygodników „Polityka” i „Wprost”. Pod względem formy anonse wydawnicze nie różniły się od siebie w sposób znaczący, być może tylko w przypadku prasy dla młodzieży były bardziej kolorowe. Zawierały jednak w większości przypadków te same elementy. Warto zauważyć, że zarówno w recenzjach, jak i inseratach dużą rolę odgrywała kopia okładki omawianej/reklamowanej książki, prezentowana mniej lub bardziej wyraźnie, co uzależnione było od wielkości zdjęcia³.

Nie można mówić o wspólnej dla wszystkich przedstawionych w pracy grup czasopism płaszczyźnie autorów książek – ta uwaga odnosi się zarówno do recenzji, omówień, adnotacji, jak i do ogłoszeń wydawniczych. Jakkolwiek w przypadku prasy młodzieżowej jest to zrozumiałe, to jednak można było sądzić, że w odniesieniu do tygodników opinii i periodyków kobiecych pojawi się znacznie większa wspólna grupa prezentowanych twórców. Tymczasem badane magazyny kobiece stały się swego rodzaju „prasą środka”. Na łamach tych czasopism pojawiło 13 nazwisk pisarzy, których książki recenzowano także w prasie opinii, i 9 autorów, których wybrali również recenzenci czasopism adresowanych do młodzieży. W obydwu przypadkach wydaje się jednak, że liczby te stanowią zbyt nikłą przesłankę do wysnuwania wniosków dotyczących wspólnych czy choćby podobnych wyborów dla opisanych dwóch typów prasy. Książki tylko dwóch pisarzy omawiane były na łamach wszystkich przedstawionych czasopism. Te obserwacje wskazują na wyraźnie różne zainteresowania recenzentów każdego z poddanych analizie grup czasopism, co prowadzi do zdecydowanego oddzielenia ich od siebie pod względem propozycji lekturowych. Bogactwo współczesnego rynku wydawniczego, jego zróżnicowanie pozwala na ukierunkowanie zainteresowań recenzentów pod kątem

³ Na znaczenie okładki, występującej w rozmaitych formach promocji książki zwrócić uwagę m.in. P. Narbutowicz, zob. P. Narbutowicz, *Sprzedać książkę po okładce. Techniki perswazji na okładkach książek literackich wydawanych w Polsce*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2012.

gustów (własnych czy narzuconych?) czytelników tygodników opinii, magazynów kobiecych i czasopism młodzieżowych. Pomimo istnienia bestsellerów, które powinny interesować dorosłych odbiorców, niezależnie od tego, czy są nimi kobiety czy mężczyźni, brakuje powszechników lekturowych na miarę dawnych powieści, które jednoczyły całą dorosłą publiczność czytelnictwem. Wobec wspomianej koncentracji na rynku wydawniczo-księgarskim i prasowym, w odniesieniu do propozycji lekturowych wyraźny jest pluralizm wyborów proponowanych książek, co może prowadzić do tworzenia zamkniętych kręgów czytelniczych, których gusty literackie kształtowane są w sposób wyraźnie odmienny, w zależności od typu kupowanej prasy.

Znamiennym znakiem czasu był również brak w badanych czasopiśmiech odcinków powieściowych, które były wszak jedną z najstarszych form upowszechniania literatury na łamach prasy. Jak się wydaje, zastąpiły je fragmenty wybranych powieści, drukowane jednorazowo (głównie przez tygodniki opinii i prasę kobiecą), a także tzw. fotostory, czyli rodzaj komiksu ze zdjęciami w miejsce rysunków (te z kolei można było odnaleźć w prasie młodzieżowej).

Znaczącą grupę na łamach każdego z przedstawionych periodyków stanowiła kategoria określona na potrzeby pracy jako Inne. Poza charakterystycznymi dla każdego z tytułów formami, były to krótkie notki, wzmianki, najnowsze doniesienia informujące o wydarzeniach związanych z książką, wybranym pisarzem lub określonym faktem. W przypadku prasy opinii informacje te stanowiły rodzaj uzupełnienia zamieszczanych w niej treści kulturalnych, natomiast na łamach szczególnie prasy młodzieżowej nabrały większego znaczenia, wpisując się w formułę tych czasopism.

Stosunkowo duża liczba spośród zebranych 24 441 pozycji bibliograficznych, odnoszących się w różnym stopniu do podjętej problematyki miała postać wspomnianych krótkich, 1–3-zdaniowych wzmianek, w telegraficznym skrócie donoszących o wydarzeniach związanych z książką. Nie tylko skromna objętość tego typu notek, ale również ich merytoryczna wartość dowodzą, że również w tym zakresie następuje

trywializacja i nadmierne upraszczanie rzeczywistości, związane z wymaganiami odbiorcy masowego, a więc przeciętnego. W cywilizacji bardziej obrazu niż słowa dziennikarze dążą do maksymalnej przystępności przekazu, szukając coraz prostszych i atrakcyjniejszych form. To powoduje, że kwestie naprawdę istotne i trudne schodzą na dalszy plan, ustępując miejsca tematom miałym, ale za to łatwym w odbiorze. Pojawia się zjawisko „gonienia” dziennikarzy za odbiorcą, schlebienie jego gustom i dopasowywanie się do jego poziomu⁴.

Owe spostrzeżenia można odnieść do części badanych periodyków. Szczególny niepokój uwagi te powinny budzić w stosunku do czasopism

⁴ *Media a wyzwania...*, s. 18.

młodzieżowych („Dziewczyna”, która wydaje się najlepszym tego przykładem, była jednocześnie w badanym okresie najpopularniejszym spośród trzech przedstawionych tytułów w tej grupie pism), ale również i niektórych magazynów kobiecych (ich przedstawicielem byłby w tym przypadku magazyn „Elle”).

Podjęte badania pozwoliły zatem nie tylko wskazać i opisać formy obecności książki na łamach wybranych polskich czasopism, ale ukazały również pewne niepokojące zjawisko związane z uproszczeniem, a wręcz spłycceniem treści przekazu, odnoszącego się do tak istotnej części kultury, jaką jest literatura. Pamiętając, że

Funkcjonalizacja i demokratyzacja produkcji książkowej, z drugiej strony szczególna podatność tekstów literackich na cyrkulację w różnych środkach przekazu (prasie, radiu, telewizji, także w szkole) pokaźnie poszerzyły przestrzeń obiegu literatury, powodując, że książka już dość dawno temu przestała być jedynym jej medium⁵,

nie należy jednak zapominać, że jest ona lekarstwem nie tylko dla umysłu, ale również i dla duszy. Rola prasy powinna polegać na podkreśleniu wyjątkowego charakteru literatury, kształtując tym samym czytelniczą wrażliwość swych odbiorców.

Można mieć nadzieję, że przeprowadzone badania zachęcą do dyskusji nad obecnością książki w prasie współczesnej i sprawią, że przedmiotem zainteresowań w proponowanym zakresie staną się również inne typy czasopism.

⁵ K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki. Treści literackie w czasopiśmie: „Przyjaciółka”, „Twój Styl”, „Cienie i Blaski”, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2004, s. 9.*

BIBLIOGRAFIA

Wydawnictwa zwarte

- Czarnik Oskar St., *Między dwoma Sierpniami. Polska kultura literacka w latach 1944–1980*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1993
- Czarnik Oskar St., *Proza artystyczna a prasa codzienna (1918–1926)*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław i in. 1982
- Dąbrowska-Cendrowska Olga, *Niemieckie koncerty prasowe w Polsce w latach 1989–2008*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2009
- Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Bauer Zbigniew, Chudziński Edward, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2004
- Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. Maślanka Julian, Zakład Narodowy im. Ossolińskich Wydawnictwo, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1976
- Franke Jerzy, *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918. W kręgu ofiary i poświęcenia*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 1999
- Frycie Stanisław, *Literatura dla dzieci i młodzieży w latach 1945–1970*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1988
- Goban-Klas Tomasz, *Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2004
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2000*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2000
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2001*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2001
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2002. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2002
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2003. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2003
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2004. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2004
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2005. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2005
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2006. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2006
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce. Edycja '98*, Wydawnictwo „Herbud”, Warszawa 1998
- Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce. Edycja 1999*, Wydawnictwo „Magazyn Literacki”, Warszawa 1999
- Hombek Danuta, *Reklama wydawnicza i księgarska w „Gazecie Warszawskiej” w latach 1764–1795*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej im. Jana Kochanowskiego w Kielcach, Kielce 1988
- Jarowiecki Jerzy, *Studia nad prasą polską XIX i XX wieku*, Wydawnictwo Naukowe WSP, Kraków 1997
- Jenkins Henry, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007

- Kolasa Władysław M., Jarowiecki Jerzy, *Polska bibliografia prasoznawcza 1996–2001*, Polska Akademia Nauk Oddział w Krakowie, Komisja Prasoznawcza, Kraków 2005
- Kondek Stanisław Adam, *Władza i wydawcy*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 1993
- Kowalczyk R., *Prasa lokalna w Polsce*, Instytut Nauk Politycznych i dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2000
- Koźniewski Kazimierz, *Historia co tydzień. Szkice o tygodnikach społeczno-kulturalnych 1944–1950*, Czytelnik, Warszawa 1977
- Książka dziecięca 1990–2005*, red. G. Leszczyński i in., Wydawnictwo SBP, Warszawa 2006
- Kumiega J., Leszczyńska A., *Czasopisma dla dzieci i młodzieży w latach 1990–1996*, WIMBP [Wydawnictwo Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej im. Zbigniewa Herberta w Gorzowie], Wrocław 1996
- Kwade Elżbieta, *Rola magazynów prasowych w komunikacji literackiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1981
- Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*, t. 2, red. Heska-Kwaśniewicz Krystyna, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 2009
- Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, t. 26, red. Słomkowska Alina, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2004
- Media a wyzwania XXI wieku*, red. Bonikowska Małgorzata, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2009
- Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995*, red. Kopper Grzegorz i in., OBP UJ, Kraków 1996
- Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP*, red. Sokołowski Marek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007
- Mielczarek Tomasz, *Między monopolem a pluralizmem*, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 1998
- Mielczarek Tomasz, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007
- Mielczarek Tomasz, *Od Nowej Kultury do Polityki. Tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne PRL*, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2003
- Migoń Krzysztof, *Uniwersum piśmiennictwa, jego granice i sposoby istnienia*, [w:] *Uniwersum piśmiennictwa wobec komunikacji elektronicznej*, red. Migoń Krzysztof, Skalska-Złota Marta, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2009
- Narbutowicz Przemysław, *Sprzedać książkę po okładce. Techniki perswazji na okładkach książek literackich wydawanych w Polsce*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2012
- Nowakowski Piotr Tomasz, *Modele człowieka propagowane w wybranych czasopismach młodzieżowych. Analiza antropologiczno-etyczna*, Maternus Media, Tychy 2004
- Olszański Leszek, *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006
- Pamuła Stanisław, *Metoda analizy zawartości prasy*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Częstochowie, Częstochowa 1996
- Pauluk Dorota, Sojka Agnieszka, *Wizerunek nowoczesnej dziewczyny na łamach czasopism młodzieżowych wobec chrześcijańskiego ideału kobiety*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010
- Pisarek Walery, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983
- Prasa dawna i współczesna. Część piąta*, red. Kosmanowa Bogumiła, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adam Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2004

- Prasa dziecięca i młodzieżowa. Studia i materiały*, red. Adamczyk Marek, Jarowiecki Jerzy, Instytut Kształcenia Nauczycieli, Oddział Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach, Kielce 1992
- Przybysz-Stawska Magdalena, „*To się czyta*”. *Promocja w dodatkach do wybranych polskich gazet codziennych w latach dziewięćdziesiątych XX wieku*, Wydawnictwo Ibidem, Kurovice/k. Łodzi 2006
- Pyszny Joanna, „*Czytać albo nie czytać...*”. *Informacje o literaturze i życiu literackim w popularnych magazynach ilustrowanych w latach 1967–1971*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1991
- Rogoż Michał, *Czasopisma dla dzieci i młodzieży Instytutu Wydawniczego „Nasza Księgarnia” w latach 1945–1989. Studium historycznoprasowe*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2009
- Rosiński Kazimierz, *Orkla Media. 10 lat w Polsce*, Orkla Press Polska, Warszawa 2002
- Sarnowska-Temeriusz Elżbieta, Kostkiewiczowa Teresa, *Krytyka literacka w Polsce w XVI i XVII wieku oraz w epoce oświecenia*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1990
- Słownik literatury dziecięcej i młodzieżowej*, red. Tylicka Barbara, Leszczyński Grzegorz, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 2002
- Słownik literatury popularnej*, red. Żabski Tadeusz, Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław 1997
- Słownik terminologii medialnej*, red. Pisarek Walery, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006
- Sokół Zofia, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1998
- Stepowicz Marek, *Cechy formalne czasopism internetowych w odniesieniu do analogicznych publikacji drukowanych*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2000
- Straus Grażyna, Wolff Katarzyna, *Polacy i książki. Społeczna sytuacja książki w Polsce 1992*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 1996
- Straus Grażyna, Wolff Katarzyna, *Czytać, nie czytać..., kupować, nie kupować... Sytuacja książki w społeczeństwie polskim w 1998 r.*, Biblioteka Narodowa. Instytut Książki i Czytelnicstwa, Warszawa 2000
- Świat (z) kolorowych okładek. Prasa dla kobiet i dziewczyn w perspektywie interdyscyplinarnej*, red. Zierkiewicz Edyta, Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2010
- Światała Marcin, *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2003
- Trzop Beata, *Typy kultury popularnej na łamach czasopism kobiecych*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2005
- Valeriana. *Eseje o komunikowaniu między ludźmi*, red. Mikułowski-Pomorski Jan, Bajka Zbigniew, Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1996
- W kręgu prasy: przeszłość – terażniejszość – przyszłość*, red. Gzella Grażyna, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 1999
- Władysław Wiesław, *Polityka i jej ludzie*, „Polityka” Spółdzielnia Pracy, Warszawa 2007
- Wodniak Katarzyna, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki. Treści literackie w czasopismach: „Przyjaciółka”, „Twój Styl”, „Cienie i Blaski”*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2004
- Zasacka Zofia, *Nastoletni czytelnicy*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 2008
- Zaworska-Nikoniuk Dorota, *Wzory kobiecości i męskości w polskiej prasie dla kobiet XXI wieku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008

Artykuły (wybór)

- [br. aut.], *Dziewczyna chce zmian*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 3
- [br. aut.], *Popularyzacja literatury w niektórych tygodnikach ilustrowanych*, „Biuletyn Zarządu Głównego RSW „Prasa” 1969, nr 123
- [br. aut.], *Strzał w dziesiątkę*, „Newsweek Polska”, „Press” 2001, nr 9
- [br. aut.], *Tylko dla dziewcząt*, „Kobieta i Życie” 1957, nr 11
- [br. aut.], *Za tydzień będzie „Filipinka”*, „Kobieta i Życie” 1982, nr 7
- [rozm. Andrzej Palacz], *aby nie ucichł szelest przewracanych kartek...*, „Wydawca” 2002, nr 5
- Adamiec Witold, *Co się stało z rynkiem książki?*, „Notes Wydawniczy” 2000, nr 8
- Adamiec Witold, *O dostępności książki w latach siedemdziesiątych*, „Rocznik Biblioteki Narodowej” 1986, t. 17/18
- Adamiec Witold, *Otwartość i sprawność. Przyczynek do analizy i oceny polityki wydawniczej PRL*, „Rocznik Biblioteki Narodowej” 1987, t. 19
- Bajka Zbigniew, *Kapitał zagraniczny w polskiej prasie – lata 90-te*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, nr 1–2
- Bańkowska-Bober Krystyna, *Produkcja wydawnicza '93*, „Notes Wydawniczy” 1994, nr 4
- Barański Tomasz, *Czekając na „Newsweeka”*, „Press” 2001, nr 3
- Binkiewicz Dorota, *Pomyśleli, zaistnieli*, „Press” 1998, nr 11
- Burczyk Marek, *Prasa a sprawy książki. Niby sporo, a tak niewiele*, „Przegląd Księgarski i Wydawniczy” 1972, nr 16
- Chłabicz Michał, *„Wprost” do Warszawy*, „Press” 2000, nr 11
- Chorążki Władysław, *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1/2
- Cira Katarzyna, *Zagraniczne koncerty prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1–2
- Czarkowska Jadwiga, *Reklama książki od początku*, „Wydawca” 1994, nr 10
- Dąbrowska Zuzanna, *Powiedzmy to wprost*, „Przegląd Tygodniowy” 1998, nr 40
- Dąbrowska-Cendrowska Olga, *Działalność wydawnicza koncernu „Axel Springer Polska” w latach 1994–2003*, „Studia Bibliologiczne Akademii Świętokrzyskiej” 2005, t. 9
- Dębski Paweł, *Agent Marek Król*, „Przegląd Tygodniowy” 1996, nr 4
- Drozdowska-Wolska Beata, *News na rynku*, „Press” 2001, nr 8
- Filas Ryszard, *Aktywność czytelnicza Polaków przełomu wieków*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2001, nr 3–4
- Filas Ryszard, *Czytelnictwo prasy u progu 2000 roku*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, nr 1–2
- Filas Ryszard, *Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1–2
- Filas Ryszard, *Polski rynek prasy codziennej w I dekadzie XXI wieku (w szczególności po roku 2003)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 3–4
- Filas Ryszard, *Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, nr 1–2
- Filas Ryszard, *Rośnie dominacja mediów elektronicznych – nowa faza przemian polskiego rynku*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003, nr 3–4
- Filas Ryszard, *Rynek prasy codziennej w Polsce przed „Faktem” i z „Faktem”*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003, nr 3–4
- Filas Ryszard, *Zmiany w czytelnictwie prasy w latach 1995–1996*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1997, nr 1/2
- Fiut Ignacy St., *Pisma społ.-kulturalne w latach 1989–2000*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3/4

- Fiut Ignacy St., *Prasa bezpłatna w Polsce w latach 1999–2001*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2002, z. 1–2
- Głombiowski Karol, *Nauka o książce nauk o człowieku*, „Studia o Książce” 1973, nr 4
- Gołębiowski Łukasz, *Po ośmiu latach wolnego słowa*, „Wydawca” 1998, nr 5/6
- Gomulicki Juliusz W., *Dwieście lat recenzji literackiej*, „Nowe Książki” 1959, nr 24
- Grigo Anna, *Dzień z życia redakcji*, „Twój Styl” 2000, nr 10
- Łowiecki Maciej, *Pół wieku w służbie...*, „Nowe Państwo” 2007, nr 2
- Jarowiecki Jerzy, *Prasa dla dzieci i młodzieży (nurty, tendencje, zmiany)*, „Zeszyty Wszechnicy Świętokrzyskiej” 1996, nr 3
- Jarowiecki Jerzy, *Prasa dla dzieci i młodzieży w latach 1989–1995 (nurty, tendencje, zmiany)*, „Zeszyty Wszechnicy Świętokrzyskiej” 1996, nr 3
- Jasonek Krzysztof, *Młodzi wiedzą lepiej*, „Press. Magazyn Ekstra” 2006, nr 7
- Kajtoch Wojciech, *O stylu popularnych pism młodzieżowych*, „Polonistyka” 2002, nr 9
- Kajtoch Wojciech, *Odlotowe bez dwóch zdań!: kultura języka, stylu, perswazji w czasopiśmie dla młodzieży*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 3/4
- Kania Jan, *Przemiany na rynku prasowym w Polsce w latach 1988–1996*, „Handel Wewnętrzny” 1997, nr 1
- KL, *Orkla buduje swoją potęgę*, „Press” 1996, nr 5
- Kołodziej Jacek, *Dobro, zło i inne wartości w czasopiśmie młodzieżowych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1/2
- Konecki Józef, *„Zwierciadłany” uwag kilka*, Biuletyn Z.G. RSW „Prasa” 1972, nr 153
- Krzemiński Adam, *Polityka wydawcą*, „Forum”, „Polityka” 2001, nr 14
- Krzysztofek Kazimierz, *Erotyzm bez duszy*, „Przegląd Tygodniowy” 1993, nr 20
- Kurowski Igor, *Przepis na prasę dla młodzieży*, „Raport Prasowy” 1998, nr 2
- Lemańska Małgorzata, *Elle u Anny*, „Press” 2006, nr 2
- Lubiński Józef, *Najważniejsze zasady i cele polityki PZPR w dziedzinie komunikowania w latach 1948–1971*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej” 1991, nr 2
- Marecka Idalia, *Gazeta za darmo: nasila się rywalizacja na rynku prasy bezpłatnej*, „Przegląd” 2001, nr 4
- Martysiuk Ania [czytelniczka], *Nareszcie*, „Dziewczyna” 1991, nr 3
- Mazurkiewicz Anna, *„Filipinka” forever. Historia zmian zachodzących w przestrzeni czasopiśma*, [w:] Świat (z) kolorowych okładek. Prasa dla kobiet i dziewczyn w perspektywie interdyscyplinarnej, red. Zierkiewicz Edyta, Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2010
- Mieroszowa Helena, *„Zwierciadło” w moich oczach*, „Prasa Polska” 1967, nr 7
- Montgomery Katarzyna, *Dziękujemy!*, „Zwierciadło” 2012, nr 5
- Myśliński Jerzy, *Tygodniki społeczno-kulturalne. Lektura polskiej inteligencji*, [w:] Valeriana. Eseje o komunikowaniu między ludźmi, red. Mikułowski-Pomorski Jan, Bajka Zbigniew, Kraków 1996
- Nalewajk Anna, *Sięć na kobiety*, „Press” 2001, nr 2
- Nalewajk Anna, *Zadyszka*, „Press” 2004, nr 5
- Niesporek-Szamburska Bernadeta, *Czasopiśma dla dzieci i młodzieży*, [w:] Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980), t. 2, red. Heska-Kwaśniewicz Krystyna, Katowice 2009
- Niziołek Andrzej, *Solista*, „Press” 2007, nr 11
- Olszewska Barbara, *Edytorstwo współczesnych czasopism dla dzieci i młodzieży. Zarys problematyki*, [w:] Książka dziecięca 1990–2005, red. Leszczyński Grzegorz i in., Warszawa 2006
- Paciorek Anna, *Pięciolatek „Cogito” i jego młodszy brat*, „Rzeczpospolita” 1999, nr 35
- Pawłowski Witold, *Nagroda im. Fikusa dla Jerzego Baczyńskiego*, „Polityka” 2002, nr 9

- Pilak Antoni, *Prasowe ogłoszenia księgarskie jako źródło do dziejów książki (na podstawie ogłoszeń prasowych z pierwszej połowy XIX w., „Studia o Książce” 1976, t. 6*
- Pilot Daruiusz?, *Bravo Tina, Gut Dziewczyzna*, „Gazeta Wyborcza” 1993, nr 39
- Piwowarska Anna, *Gatunki dziennikarskie na łamach trzech wcieleń „Filipinki” – podobieństwa i różnice*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2005, nr 1
- Piwowarska Anna, *Trzy oblicza Filipinki*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003, nr 3–4
- Płaneta Paweł, *Świat przedstawiony w czasopismach młodzieżowych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1/2
- Prewęcka Karolina, *„Newsweek przed zmianą*, „Media i Marketing Polska” 2004, nr 17
- Prewęcka Karolina, *Będzie trio*, „Media i Marketing Polska Raport Specjalny Magazyny” 2001, nr 16
- Prewęcka Karolina, *Kadr po kadrze*, „Media Polska” 1998, nr 12
- Prewęcka Karolina, *Opinie zawsze w cenie*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 8
- Prewęcka Karolina, *Pieńkowska kieruje „Twoim Stylem”*, „Media i Marketing Polska” 2005, nr 7
- Prewęcka Karolina, *Twórczy doping*, „Media i Marketing Polska” 2001, nr 21
- Prewęcka Karolina, *Wierny „Twój Styl”*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 12
- Prewęcka Karolina, *Więcej opinii*, „Media i Marketing Polska” 2001, nr 16
- Prewęcka Karolina, *Zmiana wizerunku*, „Media i Marketing Polska” 1999, nr 21
- Prewęcka Katarzyna, *Wierny „Twój Styl”*, „Media i Marketing Polska” 2002, nr 12
- Przybysz-Stawska Magdalena, *„Wprost” z Internetu. Budowanie nowego wizerunku prasy*, [w:] *Biblioteka Książka Internet 2010*, red. Osiński Zbigniew, Instytut Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej UMCS w Lublinie, Lublin 2010
- Przybysz-Stawska Magdalena, *Literatura w prasie polskiej na przykładzie tygodnika „Polityka”*, [w:] *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?*, red. Wolny-Zmorzyński Kazimierz, Furman Wojciech, Snopek Jerzy, Seria: Akademię Warsztaty Dziennikarskie, Wydawnictwo POLTEXT, Warszawa 2011
- Przybysz-Stawska Magdalena, *Prasa w Internecie, czyli interaktywne formy spędzania wolnego czasu*, [w:] *„Cudne manowce?” Kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie*, red. Muszyński Wojciech, Wydawnictwo Adam Marszałek, Olsztyn 2008
- Przybysz-Stawska Magdalena, *Rodzina w Twoim Stylu. Wzór współczesnej rodziny propagowany przez ekskluzywne pismo kobiece w latach 2007–2009*, [w:] *Wartości kulturowe w rodzinie: założenia, realia i egzemplifikacje*, red. Muszyński Wojciech, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010
- Przybysz-Stawska Magdalena, *Stylowa kobieta. Portret współczesnej kobiety w Twoim Stylu (w latach 2000–2003)*, [w:] *„Nowy wspaniały świat?”. Moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia*, red. Muszyński Wojciech, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009
- Przybysz-Stawska Magdalena, *Tradycja i nowoczesność czwartej władzy (na przykładzie tygodników opinii: „Polityki”, „Wprost” i „Newsweek Polska”)*, UMK, Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych UMK Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej [w druku]
- Przybysz-Stawska Magdalena, *Wprost z Internetu. Budowanie nowego wizerunku prasy*, [w:] *Biblioteka, książka, informacja, Internet 2010*, red. Osiński Zbigniew, Instytut Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej UMCS w Lublinie, Lublin 2010
- Rdzanek Jarosław, *Reklamą rynek stoi*, „Wydawca” 1997, nr 11
- Rostocki Andrzej, *Nie do mnie te pretensje! Bilans 1999*, „Notes Wydawniczy” 2000, nr 3
- Sarzyński Piotr, *Gazetowa Polka*, „Polityka” 1992, nr 51

- Sawa-Czajka Elżbieta, *Wizerunki kobiet w prasie polskiej (po 1989 r.)*, [w:] *Transformacje mediów (1989–1995): materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, t. 26, red. Słomkowska Alina, Warszawa 2004
- Sierpiński P., „*Polityka*” *Spółdzielnia Pracy*, „Press” 2006, nr 8, Dodatek specjalny: *Ranking wydawców*
- Sokół Zofia, *Czasopisma dla dziewcząt w Polsce w latach 1990–2004*, „*Studia Bibliologiczne*” 2008, t. 17
- Sokół Zofia, *Czasopisma dla młodzieży szkolnej (1990–1995)*, „*Poradnik Bibliotekarza*” 1996, nr 11
- Sokół Zofia, *Transformacja prasy dziecięco-młodzieżowej w latach 1990–1991*, „*Poradnik Bibliotekarza*” 1996, nr 6
- Sordylowa Barbara i in., *O sytuacji polskich czasopism kulturalnych i naukowych*, „*Rocznik Biblioteki Narodowej*” 1996, t. 32
- Staniszewski Zdzisław, Szczepaniec Józef, *Ogłoszenia prasowe jako źródło wiedzy o książce w Polsce wieku XVIII*, „*Ze Skarbca Kultury*” 1960, z. 1
- Stomma Ludwik, *Dziewczyna*, „*Polityka*” 1995, nr 9
- Sygut Tomasz, *Kto stoi za „Wprost”*, „*Przegląd*” 2005, nr 11
- Sygut Tomasz, *Newsweekowe rozszady*, „*Przegląd*” 2004, nr 38
- Sygut Tomasz, *Rzeczywistość według „Newsweeka”*, „*Przegląd*” 2004, nr 20
- Szcutnik Zenon, *Czasopisma elektroniczne – szanse i problemy*, „*Biblioteka*” 1998, nr 2 Szocki Józef, *Prasa dla dzieci i młodzieży*, „*Zeszyty Prasoznawcze*” 1996, nr 3/4
- Szocki Józef, *Prasa dla dzieci i młodzieży. Czytelnictwo i funkcja*, „*Zeszyty Prasoznawcze*” 1998, nr 3/4
- Termer Janusz, *Codzienne sprawy literatury*, „*Współczesność*” 1968, nr 20, s. 5
- Tobera Marek, *Bibliologia wobec polskiego rynku książki w latach 1944–2007*, „*Przegląd Biblioteczny*” 2008, z. 1
- Tobera Marek, *Rynek książki w Polsce (1989–2000)*, „*Przegląd Biblioteczny*” 2001, z. 3
- Walicki Piotr, *Beczka z piątą klepką*, „*Media Polska*” 1998, nr 5
- Wilk Joanna, *Wprowadzenie nowego produktu na rynek wydawniczy – studium przypadku „Newsweeka” i „Faktu”*, „*Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*” 2008, nr 10
- Wodniak Katarzyna, *Miesięcznik „Twój Styl” w latach 1990–1995 jako nowy typ magazynu społeczno-kulturalnego*, „*Acta Univesritatis Wratislaviensis. Literatura i Kultura Popularna*” 1998, nr VII
- Wolff Katarzyna, *Czy książki są nam jeszcze potrzebne?*, „*Wydawca*” 1997, nr 6/7
- Załuski Jan, *Zawiłe losy „Wprost”*, [w:] *Prasa dawna i współczesna. Część piąta*, red. Kosmanowa Bogumiła, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adam Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2004
- Zubowicz Beata, *Rzeczywistość lukrowana*, „*Rzeczypospolita*” 1997, nr 182
- Żebrowska Danuta, *Czasopisma dziecięce w III Rzeczypospolitej – rekoniesans i próba charakterystyki*, [w:] *Biblioteka i informacja w demokratycznym systemie edukacji dorosłych*, red. H. Hovensberg i in., Jarocin–Linköping 1996
- Żebrowska Danuta, *Kulturotwórcza rola współczesnych polskich czasopism młodzieżowych*, [w:] *Edukacja kulturalna w społeczeństwie obywatelskim*, red. Żebrowski Jan, Gdańsk 1997

Wydawnictwa ciągle

„Bibliografia Zawartości Czasopism”
„Cogito” (1994–2000), wybrane roczniki
„Cogito” (2001–2010)
„Dziennik Ustaw” (1988–2003)
„Dziennik Ustaw” 1990, nr 29, poz. 173.
„Dziewczyna” (1991–2000, 2006–2010), wybrane roczniki
„Dziewczyna” (2001–2005)
„Elle” (1994–2000, 2006–2010),
„Filipinka” (1957–2000, 2006–2009), wybrane roczniki
„Filipinka” (2001–2005)
„Media i Marketing Polska” (1991–2006)
„Newsweek Polska” (2001–2005)
„Newsweek Polska” (2006–2010), wybrane roczniki
„Polityka” (1957–2000, 2006–2010), wybrane roczniki
„Polityka” (2001–2005)
„Press” (1991–2006)
„Press” 1998, nr 11
„Press” 2001, nr 7, 10
„Press” 2002, nr 12
„Przewodnik Bibliograficzny” (1990–2000)
„Ruch Wydawniczy w Liczbach” (1990–2000), wybrane roczniki
„Ruch Wydawniczy w Liczbach” (2001–2005)
„Twój Styl” (1990–2010), wybrane roczniki
„Twój Styl” (2001–2005)
„Wprost” (1982–2000, 2006–2010), wybrane roczniki
„Wprost” (2001–2005)
„Zeszyty Prasoznawcze” (1989–2011)
„Zwierciadło” (1957–2000, 2006–2010), wybrane roczniki
„Zwierciadło” (2001–2005)

Netografia

Axel Springer stawia na Internet, http://wirtualnemedi.pl/document,,339229,Axel_Springer_stawia_na_internet.html, 28 marca 2009
Dojrzewalnia Róż. Kobiecość w rozkwicie, http://www.dojrzewalnia.pl/o_nas/o_dojrzewalni.html, kwiecień 2011
Drwał Agnieszka, *Była sobie Filipinka*, <http://www.pinezka.pl/content/view/2153/209>
http://ftpsuperbrands.home.pl/SB1_pdf/Twoj_Styl.pdf
<http://polskaspresse.pl>
<http://wkajt.republika.pl/anapi/roz1.htm>
<http://wprost.com.pl/ar/11228/Rynek-praca-wlasnosc/?l=984>, 14 września 2009
<http://www.axelspringer.pl>
<http://www.bauer.pl>
<http://www.cogigto.pl>
<http://www.dziewczyna.pl>
<http://www.elle.pl>
<http://www.filipinka.pl>
<http://www.guj.pl>
<http://www.internetstandard.pl/news/102175/TygodnikPolityka.mainternetowe.ambicje.html>

- <http://www.mediabuy.pl/prasa/Elle/>
<http://www.mediabuy.pl/prasa/Elle/>
<http://www.mediabuy.pl/prasa/Zwierciadlo/>, kwiecień 2011.
<http://www.newsweek.pl>
<http://www.polityka.onet.pl>
<http://www.prasa.reproterzy.pl>
<http://www.twoj.styl.pl>
<http://www.wirtualnemedial.pl/index.twoj.styl>, 3 luty 2009.
<http://www.wirtualnemedial.pl>, Anita Błaszczuk, *U Bauera, ale w swoim stylu: „Twój Styl” ma nowego właściciela*
<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tygodniki-opinii-co-to-takiego>
<http://www.wprost.pl>
<http://www.zkdp.pl>
<http://www.zwierciadlo.pl>
Kromka Katarzyna, *F jak Filipinka*, <http://www.pinezka.pl/content/view/2153/209>

Prace magisterskie

- Darmach Katarzyna, *„Polityka” i „Wprost” u progu XXI wieku. Problemy zawartości i odbioru*, Uniwersytet Łódzki, Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki, promotor: prof. dr hab. Oskar S. Czarnik, 2004.
- Głombińska Alicja, *Przemiany tygodnika „Polityka” w latach 1990–1999*, Uniwersytet Łódzki, Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki, promotor: prof. dr hab. Oskar S. Czarnik, Łódź 2004
- Kałużna Joanna, *Współczesne pisma dla dziewcząt na przykładzie „Filipinki” i „Dziewczyny”*, Uniwersytet Łódzki, Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki, promotor: prof. dr hab. Hanna Tadeusiewicz, Łódź 2004

Akty normatywne

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, Wydawnictwa Sejmowe, Warszawa 1997
- Ustawa o wolności słowa – Prawo prasowe*, Warszawa 1995
- Ustawa z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, „Dziennik Ustaw” 1988, nr 41, poz. 324
- Ustawa z 22 marca 1990 r. o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”, „Dziennik Ustaw” 1990, nr 21, poz. 126
- Ustawa z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz zmiany Ustawy Prawo prasowe. „Dziennik Ustaw” 1990, nr 29, poz. 173
- Ustawa z 15 października 1992 r. o zmianie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, „Dziennik Ustaw” 1992, nr 7, poz. 33

Inne

- Korespondencja z Wiesławem Kotem
- Korespondencja ze Zdzisławem Pietrasikiem
- Polityka. Tygodnik trzech pokoleń*. Folder wewnątrzredakcyjny, źródło: PBC General – SMG / KRC (2006 r., CCS)
- Wewnątrzredakcyjne materiały promocyjne tygodnika „Polityka”

INDEKS OSOBOWY

W Indeksie pominięto nazwiska, które występowały w nazwach oficyn wydawniczych.

- A**
Abakanowicz Magdalena 384
Abbott Elizabeth 330
Abramow-Newerly Jarosław 224, 403
Achmatowicz-Schwendimann Anna 378,
379, 384
Adamczewska Barbara 309
Adamczewski Piotr 54, 55, 56, 72, 91
Adamczyk M. [479]
Adamczyk Piotr 411
Adamiec Witold 12, 24
Adams Douglas 188
Aime Rosemary du 336
Akunin Boris 85, 267
Albiński Wojciech 201
Allende Isabel 394, 399–400, 416, 511, 513,
604, 638
Allione Tsultrim 330
Althamer Paweł 312
Ananicz Mateusz 218
Anderman Janusz 295
Anderson Sherwood 242
Andruchowycz Jurij 217, 355, 474
Andrycz Nina 163, 381
Andrzejewski Piotr 128
Ansen David 227
Applebaum Anne 157, 237, 295
Ardito Stefano 449
Arendt-Dziurdzikowska Renata 309, 316,
325–329, 334–335, 337, 361, 473, 648,
651, 653
Armstrong Lance 199
Aszkenazy Olga 308
Auster Paul 75, 85, 87, 116, 244, 295, 394,
398, 447, 603–604, 625, 655
Avedon Richard 182
Awdziejczyk Ewa 439, 461
Axelsson Majgull 330, 513
Ayache Alain 330
- B**
Babel Isaia 397
Bachanek Joanna 492
Baczyński Jerzy 53, 54, 55, 57, 60, 211
Baczyński Marcin 275
Bahdaj Adam 110, 537
Bajer Magdalena 52
Bajerowicz Marcin 127
Bajka Zbigniew 35, 42, [45]
Bakuła Hanna 381
Balcerowicz Leszek 25, 110, 135, 138, 140
Balicka Mariola 131
Baliszewski Dariusz 190, 271
Banach Magdalena 335
Banaszkiewicz Grażyna 127
Banaszuk Beata 588, 590
Bancroft Anne 448
Bańkowska-Bober Krystyna 25
Baran Monika [→ Baran-Finotello Monika]
545
Baran Piotr 492
Baranowska Alicja 193
Barański Tomasz 210
Barciszewska Ewa 588, 609
Barcz Maria 430, 437, 439, 454, 464
Barlińska Jolanta 542
Bartel Barbara 547
Barth John 513
Barthelme Donald 513
Bartnik Monika 588
Batonowa Olena 112
Bauer Zbigniew 15, 36, 484, 596, 611, 640
Bąkiewicz Grażyna 536, 562, 577, 614–615,
639
Beauvoir Simone de 262, 347
Beckett Samuel 261
Bedford Martin 614
Behn Ari M. 415
Belina Sławomir 547
Belka Marek 281

- Bell Quentin 330–331
Bellow Saul 182
Bendyk Edwin 60, 72, 74
Berdadyn Marek 309
Berent Jolanta 588
Bereś Witold 235
Bereza Henryk 308
Berezowska Maja 305
Berg Scott A. 394
Berlin Isaiah 92
Bernsimon Gilles 436
Berry Andrew 157
Bertz Hela 526
Białecki Grzegorz 370, 372, 375
Białobrzeska Joanna 351
Białobrzeski Piotr 351
Białołęcka Ewa 348
Białoszewski Miron 190
Bielecki Czesław 135
Bielecki Jan K. 217
Bielicka Hanna 307
Bielicki Marian 305–306
Bielinowicz Justyna 240
Bielkiewicz Monika 492
Bielski Bohdan 430
Bieńczyk Marek 411
Bieńkowski Dawid 201
Bieszczadzka Ewa 372
Bijak Jan 52, 54, 55
Bikont Anna 114
Bilal Enki 170, 535
Biłos Jan 127
Binkiewicz Dorota 585
Blackburn Simon 170, 172
Blanchard Kenneth H. 157
Blige Mary J. 579
Blinowski Franciszek 49
Blixen Karen 412, 474, 563
Bloom Orlando 527
Błaszczyk Anita 377, 379
Błaszkiwicz Ryszard 378
Bocelli Andrea 348
Bockris Victor 512, 638, 655
Boczek Krzysztof 590, 620, 609–610
Boćkowska Aleksandra 232
Bogdalska Urszula 590
Bogusz Małgorzata 218
Bojarska Anna 309, 407, 414, 453, 455, 476
Bojarska Maria 309
Bojarska Mariola 361, 372
Bolecka Anna 358
Bołdak-Janowska Tamara 450
Boniek Zbigniew 110
Bonikowska Małgorzata [669]–670
Bonowicz Wojciech 115
Bońkowski Wojciech 409
Boratyńska-Komar Magdalena 309, 314, 316, 329, 331–332
Borkowicz Leonard 49
Borkowska Grażyna 394, 449, 655
Borowski Jacek 144, 204
Boruszkowska Agnieszka 580
Borys Andżelika 384
Bosacki Zenon 127
Boucher François 415
Boxsel Matthijs van 330
Boyes Roger 163
Boy-Żeleńska Zofia 361
Boy-Żeleński Tadeusz 101, 186, 361
Bójko Marcin 274
Brason M. 216
Bratkowski Piotr 217, 220–221, 224, 226, 230, 236, 240, 242–243, 245, 261, 264–266, 268, 272, 274–277, 280, 292
Bratkowski Stefan 135, 137, 197
Braun Andrzej 308
Britney Spears 622
Brodzik Joanna 537
Brøgger Suzanne 330
Brontë Emily 348
Brown Dan 32, 75, 158, 159, 189, 198, 279, 295, 566, 656
Brożek A. 105
Brzechwa Jan 350, 362
Brzezińska Anna 73, 348, 453, 656,
Brzeziński Marek 131
Brzozowicz Grzegorz 437
Brzozowski Maciej B. 412
Brzozowski Tomasz 333
Budak Adam 531, 535
Budrewicz Olgierd 135, 158, 159
Budzyńska Małgorzata 562, 564
Bugajski Leszek 392, 398
Bukowska-Lechki Danuta 542
Bukowski Władimir 167
Bułhakow Michał 461, 603

- Burczyk Marek 11
Bursa Andrzej 106
Burststein Dan 169
Bush Laura 106
Bushnell Candace 267, 570, 656
Buss David M. 172
Butenko Bohdan 157
Butkiewicz Olga 492
Butowska Lidia 309, 348
Butrym Julia 63
Buzan Barry 538
Buzan Tony 538
Bynga Jamie 276
Bystrzycka Zofia 306–306
- C**
Cabot Meg 30, 562
Caldwell Erskine 306
Cameron-Bandler Leslie 340
Camilleri Andrea 232, 331
Campbell Neve 580
Camus Albert 306
Canals Cuca 330, 603
Capponi-Borawska Tessa 430, 433, 436,
439, 448, 451, 456
Carlson Dale 579, 615
Carlson Hannah 579, 615
Carroll Beverly 336
Carroll Jonathan 76, 336, 412, 415, 448,
474, 511, 518, 614, 621, 638, 656
Casas Carlos A. 190
Castro Fidel 102
Cegielski Max 103–104, 394, 432, 453, 463,
656
Celeda Agnieszka 70, 106
Celiński Andrzej 221
Celmer Zuzanna 308
Cembrzyńska Iga 311
Cenckiewicz Sławomir 201
Cervantes Miquel de 355
Chaciński M. 105
Chandler Raymond 80
Chatizow Joanna 547, 553–554
Chądzynska Agnieszka 411
Chehab M. R. 276
Chełminiak Wiesław 140, 144, 185, 188
Chełmiński Jakub 226
Chęcińska Elżbieta 374
Chlabicz Michał 131
Chmielewska Joanna 27–28, 31–32, 34, 189,
191, 202, 278, 381, 570, 605, 609–610
Chmielewska Małgorzata 384
Chmielewski Henryk J. 236, 432
Chmielewski Michał 492, 527
Chmielowski Henryk 348
Chodakiewicz Jan M. 201
Chodorowska-Zadros Iwona 547
Chojnacka Julia 534
Cholewa-Selo Anna 401
Chorążki Władysław 40
Choromański Michał 309
Choynowski Andrzej 378
Chrabota Bogusław 157, 403
Christ Hanno 168
Christa Janusz 236, 621
Christensen Lars S. 604
Christie Agatha 190, 453, 463, 562
Chrzanowska Agnieszka 347
Chudziński Edward 36, 484, 596, 611, 640
Chwalińska Teresa 588
Chwin Stefan 27, 72, 197, 237, 282, 295,
399, 453
Chyb Manana 314
Chylińska Agnieszka 430
Chyłkiewicz Jolanta 378
Chyra Andrzej 413
Cichocka Tatiana 309, 335, 337
Cichocki Tomasz 314
Cichoń Tomasz 144
Cielecka Magdalena 413
Cielemęcki Mirosław 130, 138–139
Cieszewski Marek 454
Cieślak Artur 309, 347
Cieślak Donata 546, 554
Cieślak Mariusz 72, 83, 157, 163, 183–184,
190, 226, 244, 272
Cieślak Monika 81, 243, 590
Cimoch Anna 588
Cira Katarzyna 42
Clancy Tom 190, 237
Claridge Laura 356
Clark Mary Higgins 566
Clarke Susanna 172, 184, 202,
Cleese John 463
Clinton Hillary 157
Cobain Kurt 199, 527
Coben Harlan 75, 85, 236–237, 248, 295,
448

- Coelho Paulo 26, 28, 32, 34, 76, 104, 157, 183–184, 227, 262, 309–310, 336, 361, 447, 453, 474, 511, 562, 566, 621, 638, 656
- Coetzee John M. 31, 76, 92, 101, 183, 190, 238, 261, 272, 295, 394, 447, 474, 511, 629, 638, 656, 662
- Colbert David 604
- Colfer Eoin 30, 271
- Collins Jackie 400
- Coloane Francisco 604
- Columbus Chris 627
- Condon Richard 170, 172
- Connelly Michael 267
- Constant Benjamin 241
- Cook Rachel 420
- Cooper James F. 110
- Corder Zizou 271
- Cornweel P. 199
- Cortland Barbara 34
- Courths-Mahler Hedwig 34
- Covey Sean 512, 615
- Covey Stephen R. 157
- Crichton Michael 157
- Cunningham Michael 31, 238, 295, 394, 474, 603, 638, 656
- Cywiński Piotr 131, 163, 205
- Czachowska K. 362
- Czarkowska Joanna 10
- Czarnacka Iwona 348
- Czarnecki Kamil 528
- Czarnik Oskar St. 11–12, 20, [45], 51
- Czazasty Zygmunt 53
- Czech Wanda 492
- Czechow Antoni 261
- Czczot Andrzej 609
- Czerwiński Piotr 547
- Cziedryn Pem 327
- Czubaj Mariusz 56, 63, 69, 70, 72, 81, 83, 87, 101, 103–105, 107, 110, 117, 119
- Czuma Mieczysław 262
- Czycz Stanisław 106
- Czyżykiewicz Mirosław 335
- Ćwiek Joanna 590
- Ćwierczakiewiczowa Lucyna 409–410
- D**achówna Regina 512
- Dali Salvador 603
- Damasio Antonio R. 157
- Damięcka Anna 493
- Dancewicz Renata 412
- Danecki Janusz 331
- Daniel Antoine B. 564
- Danilewicz-Zielińska Maria 182
- Daniszewska Julia 314
- Dańkowska-Majke Maria 489
- Darski Wojciech M. 191
- Davies Norman 75, 92, 120, 158, 167, 227, 237, 245–246, 295–296
- Dąbrowska Anna 529
- Dąbrowska Krystyna 305
- Dąbrowska Monika 492, 499
- Dąbrowska Zuzanna 130
- Dąbrowska-Cendrowska Olga 36, 212, 378–379
- Dąbrowski Bogdan 461
- Dąbrowski Jan 91
- Dąbrowski Waldemar 30
- Dehghanpisheh Babak 269
- Delerm Philippe 272
- Delon Alain 381
- Delors Jacques 56
- Demarczyk Ewa 351
- Depko Andrzej 492
- Deptuła Bogusław 430
- Devoud Guillaume 431
- Dębski Paweł 130
- Diamant Anita 356
- Dibdin Michael 170, 172
- Dick Philip K. 111, 262
- Dickens Charles 101, 111, 269, 354
- Diehl Piotr 463
- Dienieżkina Irina 103, 394, 518–519, 528, 638, 656
- Divakaruni Chitra B. 448
- Dolińska Katarzyna 429
- Dołęga-Mostowicz Tadeusz 262, 271, 340
- Domagalik Małgorzata 135–136, 141, 157, 161, 182, 292, 330–331, 394, 412–413
- Domosławski Artur 120
- Doncova Daria 189
- Dostojewski Fiodor 352, 511–512
- Dowgiało [Dowgiało-Tyszk] Joanna 491–493, 511–512, 543
- Dowłatow Siergiej 189
- Draga Sonia 410
- Droga Katarzyna 585–590, 594
- Drogi Zbigniew 585, 588

- Drozdowska-Wolska Beata 213
Drożdżik Paweł 448
Drucker Peter F. 182
Drwal Agnieszka 487–488
Dubiel Krzysztof 432
Dubois Jacek 309
Duda-Gracz Jerzy 182, 381
Dudek Antoni 82, 135
Dukaj Jacek 276, 609
Dumas Aleksander 110
Dunin-Wąsowicz P. 104
Dunn Jane 604
Durczok Kamil 230, 413
Durrell Lawrence 656
Dworak Grażyna 309
Dybczyński Jan 429–431
Dyduch Marek 138
Dydyński Grzegorz 309
Dyगत Magda 361, 394, 448, 453, 455, 474,
511, 516, 656, 662
Dyगत Stanisław 448
Dymna Anna 381
Dzido Marta 512
Dzieduszycka Małgorzata 614
Dziemidek Magdalena 543
Dzierżanowski M. 164
Dziewulska Maria E. 497
Dzięgielewska Beata 308, 312
Dziubalska Marta 494
Dziurdzikowska [? Arendt-Dziurdzikowska]
Renata 374
Dziurdzikowski Andrzej 214, 216
Dźbikowski Stefan 309
- E**co Umberto 29, 74–75, 81, 85, 88, 157,
235, 238, 243–244, 295, 394, 448, 450,
474, 566, 623, 656, 662
Egan Jennifer 566
Eichelberger Wojciech 309–310, 326, 345,
361, 610
Eichmann Adolf 51
Eiseman Pat 276
Engelking Anna 579
Enslar Eve 656
Erdmann Sandra 548
Erenburg Ilja 100–101
Essex Karen 657
Estés Clarissa P. 327
Estkowski Ewaryst 480
Etcoff Nancy 157
Eugenides Jeffrey 657
Evans Dylan 179
- F**abicka Joanna 511, 603, 638
Fabisińska Liliana 491
Fadiman Anne 163
Falandysz Lech 135
Falkowska Wanda 53
Fall Dagmara 543
Fallaci Oriana 182, 395
Farnik Blanka 373
Faulkner William 306
Fedorczyk Agnieszka 214, 236
Felis Paweł 590, 611, 621
Fels Florian 212, 213
Fest Joachim 167, 168
Fforde Jasper 657
Fiedler Arkady 106
Fielding Helen 28, 34, 76, 157, 394, 412,
416, 448, 461–463, 474, 511, 530, 570,
605, 638, 657, 662
Fiell Charlotte 448
Fijor Jan M. 205
Fikus Dariusz 50
Filas Agnieszka 137
Filas Ryszard 35, 38–39, 41–44, 492
Filipiak Izabela 389, 400, 448, 450, 533
Filipowska Anetta 348, 369
Fink Ida 194, 603
Finkielkraut Alain
Fitzgerald Francis S. 347
Fitzgerald Zelda 347
Fiut Ignacy 35, 41, [45]
Flawiusz Józef 262
Foer Jonathan S. 189
Forden David 167
Fordoński Krzysztof 604, 638–639
Foremniak Małgorzata 410
Foss Clive 331
Fowles John 394
Fox Marta 511, 515, 562, 638
Franke Jerzy 300
Frankowska Anna 489
Fredro Aleksander 111, 416, 627
Freed Lynn 657
French Nicci 202
Frey Jana 536, 538
Friszke Andrzej 112

- Frycie Stanisław [479]–480
Frycz-Modrzewski Andrzej 101
Fuentes Carlos 194, 202, 217, 399
Furman Wojciech 100
Fuzowski Maksymilian 236
- G**abryel Piotr 127–130, 138
Gaffney Patricia 566
Gaiman Neil 238, 269, 449
Gaj Anna 418
Gajdzińska Iwona 128
Gajdziński Piotr 131
Gajos Anna 309
Gajos Janusz 381
Galiński Tadeusz 306
Gallego Rubén 657
Gallo Max 170, 172, 340
Gałczyńska Kira 278
Gałczyński Konstanty I. 190, 283, 363
Gamble Robert 276
Garda Jagoda 537
Gardyszewska Agnieszka 492
Garlicki Andrzej 63, 72, 82
Gaudé Laurent 657
Gaweł Piotr 223
Gawęcka Kalina 489
Gawliński Robert 537, 548
Gawłowski Andrzej 309
Gawroński Jan 248
Germak Joanna 547
Gertler Stephanie 604
Gibran Khalil Gibran 330
Gidel Henry 199
Giełżyński Wojciech 52
Gierek Edward 25, 51–52
Giertych Roman 223
Gilbert Erin 453
Giles Jeff 227, 277
Gil-Końkowska Ewa 542
Gilowska Zyta 384
Giziński Jarosław 236, 243
Glapiak Elżbieta 276
Glemp Józef 130
Glińska Agnieszka 120
Glogier M. [479]
Głowińska Katarzyna 604
Głombiowska Alicja 51, 55
Głombiowski Karol [9]
Głowacka Malwina 461
Głowacki Janusz 73, 237, 245, 262, 295, 394, 399, 474
Gnauck Gerhard 262
Gnoiński Leszek 567
Goban-Klas Tomasz 13
Goldhagen Daniel J. 242–243
Golimowska Karolina 221
Gołębiowski Łukasz 15, 24–32, 34
Gombrowicz Witold 101, 111, 182, 416
Gomulicki Juliusz W. 453
Gomulicki Maurycy 453
Gomulicki Wiktor 453
Gomułka Stanisław 214
Gomułka Władysław 46, 49–50
Gondowicz Jan 163
Gonet 261
Gonzaque Saint B. 330
Gorbaczow Michaił 56
Gordon Hélène 4 27
Gortatowicz A. 575
Gosciny Anne 453
Gosciny René 237, 262, 269
Gosek Daria 518–519
Goszcz Waldemar 411
Górecki Paweł 193
Górniak Edyta 548
Górnicka-Urban Dorota 494
Górzyński Sławomir 462
Grabarczyk Artur 590
Graff Agnieszka 311, 330, 361, 399–400, 419, 474
Grajewski Andrzej 135
Granás Romana 49
Greek Vivian 614
Green Jane 248, 409
Greene Brian 157
Greer Germaine 331
Gretkowska Manuela 81, 188, 194, 198, 295, 361, 399, 411, 417, 428–429, 453, 511
Griffiths Mark 579
Grigo Anna 372, 376, 401
Grimm Jacob 362
Grimm Wilhelm 362
Grisham John 75, 157, 196, 227, 238, 262, 295, 562, 566, 580
Grochmalski Piotr 128
Grochola Katarzyna 28, 31, 72, 74, 111, 158–159, 167, 169–171, 181, 184, 188, 237, 267, 278, 295, 328, 394, 399, 401,

- 407, 411, 417, 447–448, 453, 461, 463,
474, 511, 518, 605, 610, 629, 638, 640,
657, 662, 666
- Grociak Przemysław 128
- Gronkiewicz-Waltz Hanna 58, 72–73, 83, 91,
103, 312, 351, 384
- Groński Ryszard M. 53
- Grott Dobrochna 437
- Gruczek Dominika 543
- Gruszczyński Piotr 430, 437
- Grynberg Henryk 27, 164, 237, 295
- Gryz Cezary 168
- Grzela Remigiusz 346–347
- Grześczak Marian 193
- Gucewicz Krystyna 448
- Gudzowaty Aleksander 218
- Gulden Arthur 196
- Gumilow Lew 163
- Gutek Alina 309, 314, 335, 337–348, 351,
354
- Gutenberg Johannes 193, 194, 277, 362
- Gutowski Adam 374
- H**
- Haasse Hella S. 474, 604
- Habielski Rafał 61
- Haegenbarth Andrzej 127
- Halek Hanna 348
- Hall Aleksander 157
- Halperin Ian
- Hałoń Edward 114
- Haman Wojciech 157
- Handler Daniel 277
- Hanh Thích Nhất 327
- Hańczuk Anna 272
- Harasimowicz Cezary 262
- Harasimowicz-Waliszewska Barbara 214
- Harris Joanne 511, 513, 518, 535, 657
- Harrison Kathryn 394, 639
- Hartwig Julia 27, 338, 381
- Hassenmüller Heidi 518
- Havel Václav 629
- Hayder Joanna 226
- Hazen Robert M. 156
- Hearn Lian 638, 657
- Hebda Paweł 590
- Helperine I. 199
- Hemingway Ernest 346
- Hen Józef 161, 309
- Henryk, książę duński 415
- Hepburn Katharine 394
- Herbert Mary Sidney 279
- Herbert Zbigniew 76, 586, 609, 611
- Hertz Zofia 182
- Heska-Kwaśniewicz Krystyna [479], 481
- Hesse Hermann 513, 657
- Highsmith Patricia 603, 657
- Himmler Heinrich 161
- Hirszowicz Maria 113
- Hitler Adolf 168
- Hłasko Marek 106–107, 164, 266, 297, 309,
622, 626
- Hodgson Burnett F. 283
- Hoffmowa Klementyna z Tańskich 480
- Holewiński Wacław 201
- Hołownia Szymon 225, 242–244, 292
- Hołówka Jacek 62
- Hombek Danuta 10
- Horn John 227
- Hornby Nick 238, 295, 332, 447, 570, 657
- Horubała Andrzej 657
- Horwath Witold 27
- Hotchner Aaron E. 245
- Houellebecq Michel 76, 295, 394, 658
- Hovenberg Hans 480
- Hrabal Bohumil 101, 237, 295
- Hryniewicz Jan 430
- Hübner Danuta 384
- Huelle Paweł 27, 73, 85–87, 114, 262, 276,
282, 330, 348, 394, 461, 474
- Hughes Ted 347, 408
- Hugosson-Bujwid Krystyna 375
- Hulsman John 217
- Humieja Anna 372
- Huniewicz Piotr 72
- Hutt Joachim 198
- I**
- Ice-T [właśc. Tracy Lauren Marrow] 579
- Iglesias Enrique 622
- Ignatowicz Mira 590
- Iłowiecki Maciej 49
- Imańska Iwona 11
- Impert Magdalena 547
- Indulski Grzegorz 219
- Ionesco Eugène 261
- Irving John 111, 189, 237, 242, 245–246,
295, 474, 562, 658
- Irzykowski Karol 186
- Ishida Chihiro 190

- Iwasiów Inga 331
Iwaskiewicz Jarosław 149, 416
- J**abłczyńska Joanna 640
Jachmann Joanna 226, 267
Jackowski Jan Maria 158–159
Jackson Peter 527
Jacobi Ivo 308
Jacobson Roy 80
Jacq Christian 157
Jaeggy Fleur 330, 511
Jagielski Wojciech 281, 609, 658
Jagięło Krystyna 217, 243
Jagięło Michał 110, 279
Jan Paweł II 32, 73, 157, 236–238, 269, 295, 619
Janas Iwona 461
Janasz Andrew de 279
Janda Krystyna 311, 658
Janecki Stanisław 128, 130, 132
Janicka Janina 305
Janicki M. 121
Janion Ludwik 588, 602, 624–625, 629, 639
Janion Maria 330, 331
Jankiewicz Magdalena 308
Jankowska Magdalena 454
Jankowski Grzegorz 214
Janowska Katarzyna 69, 86–88, 102, 106
Janssen Peter 272
Jansson Tove 101–102, 512
Jarco Magdalena 370
Jarnecki Michał 588
Jarniewicz Jerzy 64
Jaros Magda 386
Jarosik Eugeniusz 127, 129
Jaros-Kropidłowska Magda 399
Jaroszewicz Karolina 225
Jaroszevska Monika 492
Jarowiecki Jerzy 15–16, [479], 482–483, 551
Jaruzelska Monika 410
Jaruzelski Wojciech 308
Jasica Paweł 195
Jasienica Paweł 52
Jasiński Maciej 269
Jasionek K 494
Jastrun Tomasz 217, 264, 306, 308–310, 313–314, 326, 335, 350, 354–355, 358, 360–361, 376, 388, 400, 413–414
- Jastrzębska Agnieszka 386
Jastrzębska Zuzanna 489
Jastrzębski Jerzy 11
Jaworowska-Błońska Hanna 489
Jeleniewska Agnieszka 492
Jelinek Elfriede 101, 261, 604
Jemiłniak Dariusz 614
Jenkins H. 41
Jenkins Sally 199
Jerofiejew Wiktor 85, 189, 217, 227, 272
Jeweell Lisa 248, 570
Jewiarz-Bartczak Maja 305
Jewtuszenko Jewgienij 261–262
Jędrzejczak Otylia 372, 384
Johnson Spencer 448
Jones Edward P. 189
Jones Malcolm 246, 276
Jones Susanna 564
Jong Erica 394, 579
Joplin Janet 638
- K**acewicz Michał 285
Kacprzak Małgorzata 214
Kacprzyk-Sobieraj Marta 492
Kaczmarek Jacek 260, 414
Kaczmarek Piotr 614
Kaczorowski Aleksander 69, 72, 81
Kaczyński Jarosław 223
Kaczyński Lech 200
Kadaré Ismail 461
Kafka Franz 261
Kahlil Gidran 580
Kajtoch Wojciech 483
Kalicka Manuela 577
Kalisz Ryszard 221
Kałużna J. 489
Kałużyński Zygmunt 50, 55, 58, 74, 91, 111, 135–136, 164, 182, 196, 292, 403, 430, 609
Kamiński Ryszard 139
Kania Jarosław 35
Kaniewska-Lenarczyk Ewa 492
Kann Sarah 461
Kapuściński Ryszard 27, 32, 50, 85, 101–102, 217, 261, 281, 338
Karnowski Michał 214, 285
Karpiński Michał 131–132, 190
Kartezjusz 586
Kasdepke Grzegorz 349

- Kasprzycki Robert 609
Kaszuba Krystyna 121, 203, 307, 370–372,
375–380, 383, 385, 429, 431, 491
Kathleen Tracy 567
Katner Grażyna 536
Kawalerowicz Jerzy 627
Kawczyńska Magdalena 492
Kazana Inga 492, 499
Kellerman Jonathan 267
Kempaska-Rylska Leokadia 372
Kennedy Angus J. 202
Keret Etgar 167, 453, 511
Kertész Imre 101, 295, 604, 658
Keyes Marian 267
Kępiński Piotr 242, 261
Kęskrawiec Marek 219, 225
Kidd Sue Monk 515, 638
Kielar Marzanna B. 85, 348, 351, 389, 394
King Stephen 74, 76, 236–237, 241, 295,
512, 561–562, 566, 580, 604, 638
Kipling Rudyard 110
Kirch Leo 204
Kirszenstein [Szewińska] Irena 352
Kisielewski Jerzy 137
Kisielewski Stefan 129, 133, 137
Kisielewski Tadeusz A. 157
Kita Norbert 230
Kłabiński Jacek 309
Klein Helmut 198
Klein Naomi 658
Klejnocka Katarzyna 214, 236
Klejnocki Jarosław 72
Klenieć Wojciech 201
Klimczyk Joanna 70, 314, 329, 331
Klimczyk Piotr 330
Klubowicz Marta 308
Kługman Aleksander 161
Kłeczek Małgorzata 309
Kłoczowski Jan A. 412
Kłys Tomasz 492
Knightley Keira 528
Kobro Katarzyna 347
Kobus Justyna 144, 157, 168, 183, 186, 190,
195, 196, 461
Kobyliński Szymon 50, 182
Kochanowski Jerzy 113
Koczot Stanisław 225
Koetzle Hans-Michael 240
Kofter Krystyna 85, 86, 282, 361, 375, 393,
399–400, 403, 412, 414, 658
Kolasa Władysław M. 16
Kolenda-Zalewska Katarzyna 432
Kolski Jan Jakub 461
Kołąkowski Leszek 265, 309, 460, 604
Kołaszewska Aneta 464
Kołodziejczyk Beata 518
Kołodziejczyk M. 107
Kołodziejski Konrad 161, 193
Komar Mikołaj 432
Kondek Stanisław A. 12
Kondrat Ilona 372
Konecki Józef 306, 309
Konikowski Jacek 108
Konopnicka Maria 84
Konwicki Tadeusz 84–85, 88, 161, 215, 245,
262, 282–283
Koontz Dean 76
Kopaliński Władysław 101, 281, 394, 416
Kopf-Schroeder Doris 415
Kopiczyński B. 527
Kopiński Aleksander 201
Koral Jolanta 354
Korczyk Magda 531
Korniejenko Agnieszka 139
Korwin-Mikke Janusz 137
Korzeniecki Cezary 588
Korzeniowski Tomasz 279
Kosiński Jerzy 164
Kosiński Waldemar 127
Kosmowska Barbara 29, 127, 463, 609, 658
Kosonocka-Taber Lidia 614
Kosowska Anna 68
Kostkiewiczowa Teresa 10
Kostrzewa Natalia 609
Kot Wiesław 131, 144, 214, 226, 230, 236,
240–246, 248, 261, 270–271, 278, 280,
290, 292, 298
Koterbska Maria 81
Kotler Philip 158
Kotowska Katarzyna 349
Kott Jan 182, 658
Kowalczevska Agnieszka 226
Kowalczyk Iza 410
Kowalczyk Mariusz 204
Kowalczyk Ryszard 40
Kowalewska Agnieszka M. 284
Kowalewska Anna

- Kowalewska Hanna 448, 658
 Kowalewski Włodzimierz 282
 Kowalska Agnieszka 439
 Kowalska Anna 512
 Kowalska Joanna 226
 Kowalska Kasia 536–537, 548
 Kowalska M. 578
 Koziczyński Bartek 492, 567
 Koziński Agaton 204
 Kozłowska Dorota 543
 Kozub Piotr 492
 Koźmińska Irena 119, 337
 Koźniewski Kazimierz [45], 50, 53, 74
 Krabbé Tim 450
 Krajewski Marek 79, 114, 250, 295, 615
 Krall Hanna 53, 73–74, 110, 198, 235, 237, 295, 335, 359
 Krasiński Jan 194
 Krasnodębska Agnieszka 588, 590, 602
 Krassowska-Kaszuba Monika 316
 Kraszewski Józef I. 340, 416
 Kraus Nicola 248, 394, 570, 638
 Kreczmar Renata 588
 Kres Feliks W. 157
 Kret Jarosław 430
 Kroh Antoni 157
 Kromka Katarzyna 487, 494
 Kropielnicki Hubert 226
 Król Marek 56, 102, 128–130, 135, 137, 140, 211, 241
 Królak Jacek 78
 Królikowska-Avis Elżbieta 408
 Kruczkowski Leon 50
 Kruczyński Wojciech 448
 Krusiński Wojciech 70, 72
 Kruszona Lech 129–130
 Krynicka Krystyna 453
 Krynicki Ryszard 106, 338, 453
 Krzaklewski Marian 138
 Krzemiński Adam 56, 60, 72, 83, 103–105, 109
 Krzysztofek Kazimierz 543
 Krzywicka Irena 417
 Kubaszek Krzysztof 349
 Kubiak Zygmunt 157, 182, 281
 Kuc Monika 437
 Kucia Monika 226, 492, 499, 513, 531, 535
 Kuczok Wojciech 85–86, 114, 120, 160, 217, 226, 237, 282, 292, 295, 330, 360, 394, 407, 453, 454, 463, 474, 535, 609–610, 619, 658, 663
 Kuczyńska Krystyna 314
 Kukliński Mariusz 183
 Kukliński Ryszard 197
 Kuliński Witold 489
 Kumiega J. [479]
 Kundera Milan 184, 190, 283, 295, 658
 Kunzru Hari 194, 511, 658
 Kuratowska Zofia 384
 Kurkiewicz Juliusz 104
 Kurkiewicz Roman 70
 Kuroń Maciej 430
 Kurovsky Agnes Hannie von 347, 634
 Kurpiewski Lech 226, 277
 Kurzajewska Izabella 430
 Kurzępa Jacek 260
 Kuśmierk Józef 137
 Kutz Kazimierz 217
 Kuziński Stanisław 49
 Kuźnik Magda 590, 611
 Kwade Elżbieta 11
 Kwaśniewska Jolanta 384
 Kwaśniewski Aleksander 55, 126, 140
 Kwiatek Bartosz 276
 Kwiecień Iwona 494
 Kwieciński Tomasz 129
Labuda Barbara 311
 Laclos de Pierre A. F. Ch. 512
 Laden Osama bin 204
 Lagardère Jean L. 428
 Lahiri Jhumpa 330
 Lamott Anne 513
 Lanckorońska Karolina 113, 235
 Lange Oskar 50
 Lapierre Alexandra 412
 Laprus-Mikulska Joanna 407, 410
 Latałowska Dominika 454
 Latawiec Bogusława 403
 Latifah Queen 463, 579
 Laurence Rees 120
 Lazareff Pierre 427
 Le Carré John 75, 172, 656
 Lec Stanisław J. 586
 Legut Lucyna 521
 Lehtolainen Leena 331
 Lem Stanisław 34, 85, 110–111, 120, 185, 195, 235, 237, 278, 295, 410, 416

- Lemańska M. 432
Lepper Andrzej 193
Lesiak Agnieszka 545
Leszczyńska Izabela 273
Leszczyński Grzegorz 235, 270, 337, [479]-480, 483
Leśniak Tomasz 537
Leśniewski Bogumił 132
Levy Marc 189
Lewandowski Konrad T. 361
Lewandowski Roman 121
Lewartowska Zofia 300
Lewin Ludwik 331
Lewis Clive S. 362
Lewis Sinclair 242
Lew-Starowicz Zbigniew 309, 492
Libera Antoni 27, 83, 109, 198, 629
Ligocka Roma 157, 167-168, 172, 330, 335, 399, 450, 474
Lilejko Nina 305
Linda Bogusław 622
Lindgren Astrid 526
Lipiec-Wróblewska Agnieszka 346
Lipińska Olga 375
Lipiński Eryk 305
Lipska Ewa 27, 73-74, 85, 87, 399-400
Lipszyc Jarosław 454, 437, 439, 444, 450
Lis Tomasz 128, 223, 238, 252
Lisiecka Katarzyna 543
Litorowicz-Siegert A. 410
Llosa Mario V. 190, 295, 658
Lloyd Josie 267, 570
Lodge David 76, 394, 614
Loon Karel van 243
Lubelska Krystyna 56, 70, 73, 121, 271, 378-379
Lubiańska Krystyna 127
Lubiński Józef 12, 226
Ludlum Robert 76, 83, 101, 238, 564, 659
Luffman Peter J. 213
Luft Monika
Lutczyn Edward 412
Lutomska Marianna 274, 588
- Ł**abędzki Dariusz 235
Łakomski Marcin 588
Łatyński Marian 113
Ławniczak Diana 348
Łempicka Tamara 356
Łepkowska I. 401
Łętkowska Zofia
Łętowska Ewa 217, 384
Łobodziński Filip 226, 276, 432
Łojewski Jan Zb. 54
Łopieńska Barbara 59
Łubieńska Krystyna 460
Łubieński Tomasz 198
Łuczak Maciej 157, 171, 198, 659
Łukasiewicz Beata 543, 547, 578
Łukaszewicz Maciej 182
Łukaszewicz Magdalena 226, 240, 245, 260, 275, 285
Łukomska Aldona 131
Łysiak Waldemar 162-163,
- M**ac Jerzy S. 130
Maciejak Agnieszka 492
Maciejewska Monika 193
Mackiewicz Anna 214
Mackiewicz Józef 200, 235, 262
Mackiewicz Stanisław 101
Mackiewicz Tomasz 185, 186
Maćkowska Katarzyna 384
Maier Corinne 415
Mailer Norman 245
Majcherek Janusz 236, 261
Majchrzak Wojciech 273
Majdanowicz-Pijanowska Maria 428-429
Majewska Katarzyna 348
Majewska-Opiełka Iwona 157
Makłowicz Robert 92, 411-412, 422
Makuch Karolina 518-519
Malinowska Joanna 588
Małek Jan Michał 200
Małgorzata, duńska królowa 415
Małkowicz K. 362
Mancewicz Stanisław 412
Mankell Henning 276, 638
Mann Wojciech 430, 433
Manson Marilyn 622
Mańkowski Tomasz 127
Mao, cesarz chiński 563
Márai Sándor 239, 330
Maranda Michał 113
Marczułajtis Jagna 311, 410
Marecka Idalia 41
Margolis Mac 272

- Marianowska Elżbieta 372
Marinina Aleksandra 189, 267, 448, 659
Markham Wendy 570
Markowicz Tomasz 604
Markowski Michał P. 350–351
Marquard J. 541
Márquez Gabriel G. 75, 79, 83, 102, 190, 238, 272, 295, 394, 511, 603–605, 638, 659, 663
Marszałek Anna Z. 86
Martel Yann 511, 562, 566, 638, 659
Martha Luisa, norweska księżniczka 415
Martysiuk Ania 542
Masella Justyna 492, 528
Masłowska Dorota 29, 72, 74, 81, 85, 87, 104, 114, 120, 157, 164, 240, 295, 360, 606, 609–610, 659
Maślanka Julian [45], [299]
Maślanka Mariusz 90, [479], 638
Matkowski Tomasz 659
Matusiewicz Andrzej 270
Matuszkiewicz Irena 562
Matuszkiewicz Jerzy 127–128
Matuzik M. 105
Mauro Irena Conti di 448
Mayes Frances 659
Mazan Leszek 131
Maziarski Jacek 52
Maziarski Wojciech 214, 221
Mazowiecki Tadeusz 56
Mazur Bogusław 131, 286
Mazurek Robert 203
Mazurkiewicz Anna 491
Mazurkiewicz Iza 529
Mazurowska Renata 590
Mazur-Poniatowska Iza 439, 451
McAulay Alex 614
McCarthy Pete 604
McDonell Nick 535–536
McDowell Josh 63
McIver Denise 579
McKean David 170
Mc Laughin Ema 394
Meadows S. 239
Melchior Jacek 144, 157, 163, 183–184, 189, 193–194, 196, 314
Meller Marcin 80
Mello Anthony de 327, 449
Mendoza Eduardo 31, 659
Mentzel Zbigniew 453
Messner Reinhold 579
Metzger Andrzej 278
Meyer Agnieszka 400
Mętrak Krzysztof 182
Michalak Janusz 193
Michalski Cezary 201
Michalski Jan 574
Michałowska Mira 375
Michnik Adam 285
Mickiewicz Adam 278, 570, 621
Miecik Igor T. 121
Miecznicka Barbara 461
Mielczarek Tomasz 15, 35, 38, 43, [45]–46, 50–51, 53, 55, 129, 480, 547
Mielnik Jakub 260, 285
Mieroszowa H. 306
Mierzejewska Ewa 492, 543
Migdalska Maria 316
Mikołajczyk Katarzyna 543
Mikołajewski Jarosław 242, 338
Mikuła Karol 182
Mikułowski Jan [45]
Mikułowski-Pomorski J. [45]
Milewicz Barbara 427
Miliszkiewicz Janusz 316
Miller Frank 158, 237
Miller Henry 659
Miller Katarzyna 659
Miller Leszek 53, 135, 138
Millet Catherine 158–159
Millet-Joris Françoise 305
Miłosz Carol 453
Miłosz Czesław 27, 52, 76, 85–86, 101, 106, 120, 167–168, 172, 182, 190, 230, 238, 260–261, 264, 295–296, 410, 453, 512, 609, 629, 559
Minc Hilary 138
Minkowska Grażyna 226
Miodek Jan 158, 334, 512, 659
Mitzner Piotr 372
Miziniak Waclaw 128
Mizuro Magda 309, 314, 316, 329, 331–332
Młodzikowska Danuta 158
Młynarczyk Joanna 489
Moczulska Anna 429
Moczulska M. 431
Modelski Łukasz 386, 392, 397–398
Modrzejewska Helena 182

- Moebius 170
Moggach Deborah 614
Mojkowska Krystyna 306, 309
Molier 352
Molnár Ferenc 110
Monroe Marilyn 449
Montalbán Manuel V. 232, 238, 659
Montefiore Simon S. 80
Montgomery Katarzyna 304
Montgomery Lucy M. 110, 512, 537
Montignac Michel 463
Morrison Toni 398, 460
Morrissy Mary 474
Mossakowski Jan M. 182
Moszczeńska Iza 304
Moszyński Piotr 135–136
Mościcka Ewa 547
Mroziejewicz Krzysztof 60, 80, 83, 92, 102, 120
Mrozińska Małgorzata 370
Mrożek Sławomir 27, 111, 197, 606, 660
Mucharski Piotr 230
Mujica Bárbara 639, 660
Murakami Haruki 190, 603, 638
Murdoch Anna 155
Murdoch Iris 352, 407
Musiałek Grażyna 214
Musierowicz Małgorzata 28, 31–32, 34, 191, 511, 516, 521, 523, 530, 609, 611
Muszyński Wojciech 41, 372
Myjak Adam 200
Myśliński Jerzy [45]
- N**
Nabokov Vladimir 158, 603, 605
Nadzieja Marta 189
Nagorski Andrew 79, 221, 236, 239
Nahacz Mirosław 492, 512, 518–519, 536, 609–610, 638, 640, 660
Nahai Gina B. 518–519
Naipaul Vidiadhar S. 101, 183, 190, 603
Najdenowicz Fiolka 492
Nalewajk Anna 377, 431
Nałęcz Tomasz 135
Nałkowska Zofia 188
Napierała Zbigniew 211, 432
Narbutowicz P. 671
Nartowski Andrzej S. 372, 381, 384
Nasiłowska Anna 304, 326, 356, 411
Nazer Mende 515
- Netzer Hans J. 611
Newman Paul 245
Neyman Elżbieta 113
Niedzielska Alina 374, 440, 452, 463
Nielsen Jerri 403
Niemczyk Zbigniew 218
Niemen Małgorzata 351
Niemi Mikael 355
Nienacki Zbigniew 105
Niesporek-Szamburska Bernadeta 481
Niewiadomska Anna 518
Nieżgoda Agnieszka 83
Niwiński Andrzej 412
Niziołek Andrzej 211, 213, 215–216
Niziurski Edmund 105
Northcutt Wendy 170, 511
Nosowska Dorota 590
Nosowska Katarzyna 492
Nothomb Amélie 75, 79, 87, 394, 399, 450, 511, 513, 515, 536, 603, 638, 660, 663
Nowacki Dariusz 72, 236, 241–244
Nowak Andrzej 158–161
Nowak Ewa 588, 590, 602–603, 623, 628–629, 638
Nowak Katarzyna T. 331, 399–401, 406, 410
Nowak-Jeziorański Jan 167, 260
Nowakowska Anna Maria 312, 337
Nowakowska Ewa 53, 62
Nowakowska-Butrym Ewa 55
Nowakowski Jerzy M. 139, 403
Nowakowski Andrzej 107
Nowakowski Piotr T. 551
Nowicka Beata 454, 437, 464
Nowicki Jan 309, 316
Nowina-Konopka Piotr 135
Nurowska Maria 172, 248, 282, 430, 570
- O**
O'Flanagan Sheila 603
O'Hagan Andrew 536
Oates Joyce C. 158, 449, 516, 566, 660, 662
Oberländer Theodor 305
Ochab Edward 51
Ochojska Janina 351, 384
Oczachowska Magdalena 309
Odija Daniel 276
Odojewski Włodzimierz 403
Ogrodnik Bogdan 614
Oiticica Christina 336

- Okh Sat 260
Okulicz Anna 489
Olbiński Rafał 135
Olbrot Agnieszka [479]
Olbryś Marta 588
Olczak-Ronikier Joanna 348, 400, 419
Olechowski Jarosław 273
Olecki Karol 218
Olejniczak Małgorzata 590
Olejnik Leszek 114
Olejnik Monika 351, 384
Oliver Jamie 410
Olszański Leszek 41
Olszański Tadeusz 56, 101
Olszewska Barbara 483
Olszewska Lucyna 308, 316
Oraczewska Zofia 304
Orlicka-Sapa Anna
Orłoś Kazimierz 76
Orłowicz Mieczysław 60
Orłowska Sylwia 492, 547
Orłowski E. 132
Orzechowska Joanna 88, 350
Orzeszkowa Eliza 188
Osęka Piotr 214, 305
Osękowski Czesław 112
Osho [pseud., właśc. Rajneesh Bhagwan Shree] 327
Osiatyński Wiktor 161
Osiecka Agnieszka 92, 158
Osiewska Anna 489
Osiński Zbigniew 131
Ososko Urszula 543
Ossowska Maria 113
Ossowski Stanisław 113
Ostałowska Irena 375, 489
Otrębska Jolanta 309
Owczarzak Tadeusz 127
Oz Amos 90, 276, 335
Ozminkowski Violetta 262
Ozogowska Hanna 562
- P**aasilinna Arto 604
Paciorek Anna 585-586, 588, 591
Pacula Joanna 381
Padilla Ignacio 330
Pakulnis Maria 430
Palacz Andrzej 34, [642]
Paltrow Gwyneth 548
Paluchowicz Krzysztof 417
Pałasiński Jacek 170-171
Pamuk Orhan 101
Paolini Christopher 614
Papuzińska Joanna [479], 481
Paradowska Janina 60, 225
Parandowski Jan 28
Parsons Tony 31, 394, 415, 448, 570
Pascal Blaise 549
Paschalska Kaja 537
Passent Agata 232, 393-394, 399, 414
Passent Daniel 72, 82
Paszowska Lily 590
Pattison Eliot 470
Patulska Grażyna 312
Pauluk Dorota 551
Pavić Milorad 158
Pawelczyk Grzegorz 137
Pawelczyńska Anna 201
Pawlak Antoni 214, 221
Pawlak Beata 59, 339-340
Pawlak Edward 127
Pawlak Milena 547
Pawlikowska Beata 158, 171, 199, 334, 610, 660
Pawłowicz Beata 454, 448, 453, 455, 463
Pawłowska Beata 312
Pawłowski Witold 57
Pearl Daniel 182
Pearson Allison 331, 409
Penc Józef 158
Pérez-Reverte Arturo 75, 80, 412, 474, 511, 515, 535, 603, 638, 660, 662
Perón Evita 331
Perón Juan 331
Petrignani Sandra 660
Pęczak Mirosław 54, 72, 107, 121,
Piasecka Monika 545
Piątek Tomasz 73, 87-88, 104, 158, 217, 267, 295, 454, 453, 538, 660
Piątkowska Monika 394
Picciotto Richard 248
Pieczyński Krzysztof 563
Piegat Piotr 590
Piekarska Małgorzata K. 588, 590, 614, 628-629
Piekarski Michał 378
Piekorz Magdalena 619
Pielewin Wiktor 237, 295, 660

- Pieńkowska Jolanta 370, 372, 379–380, 385, 468
Pietkiewicz Barbara 52, 86–87, 121, 432
Pietkiewicz Edward 372, 381
Pietrasik Zdzisław 54, 63, 65, 71–72, 85–86, 101, 106, 125
Pietrzykowska Agnieszka 590
Pietucha Piotr 361, 399
Pilak Antoni 11
Pilch Jerzy 27–28, 34, 56, 58, 62, 71–73, 83–85, 101–102, 115–116, 118, 120, 194, 229, 244, 261–262, 292, 335, 454, 393, 399, 476, 603, 609, 622, 626, 629, 639, 660, 666
Pilipiuk Andrzej 171, 176, 198
Pilot D. 543
Piłsudski Józef 304
Pinter Harold 261
Piotrowska Anna 279
Piotrowski Jacek 114, 312
Pipes Daniel 197
Pipes Richard 158
Pisarek Walery 15
Pisarzewska Katarzyna 29, 202, 462–463
Pitera Julia 214
Piwkowska Anna 338, 389, 394–395, 398
Piwowska Anna 491, 494–496
Plagens Peter 227
Plath Sylvia 193, 347, 408, 667
Plejel Agneta 660
Płazewski Jerzy 331
Płużański Tomasz 614
Po Zen Huang 448
Podemski Stanisław 53, 56
Podgórska Joanna 49–52, 60, 70
Podkański Wiesław 211–213
Podsiadło Jacek 115
Polak Hanna 312
Polański Marek 182
Polański Roman 353
Politkowska Anna 197
Pomianowski Jerzy 217
Poncyliusz Lilka 590, 625
Poniedziałki Andrzej 309–310, 361
Poniżnik Elżbieta 541
Poniżnik Mirosław 541
Popescu Simona 356
Popiełuszko Jerzy 627
Popoff-Szczepańska Kaja 492, 530
Poprzczo J. 54
Postysz Zofia 305
Poświatowska Halina 348, 353, 449
Praszyński Roman 437, 439, 444, 448–45–, 453, 454–455, 460–461
Pratchett Terry 76, 188, 448, 561–562, 629, 660
Prejs Bogdan 604
Prewęcka Karolina 213, 215, 291, 430, 494, 545
Pritchard Matthew 453
Prorok Leszek 309
Proust Marcel 537
Próchniewicz Dorota 588
Prus Bolesław 273, 340, 570
Prymak Aneta 611
Przebitkowski Radosław 91
Przeclawska Anna 481
Przemyska Renata 537
Przybylski Jacek 590
Przybysz Janusz 127
Przybyszewska-Kujawa Beata 547
Przybysz-Stawska Magdalena 36, 41, 100, 131, 133, 372
Puchalski 305
Pudlik Anita 127
Putrament Jerzy 49
Puźniak Marcin 270
Pyszny Joanna 11
Pytlakowski Piotr 121
- Q**ueneau Raymond 331
Quiz Z. C. 167
- R**aciewicz Joanna 411
Raczek Tomasz 53, 135–136, 141, 144, 158, 170, 172, 196, 202, 292, 403
Radcliffe Daniel 574
Radkowski Michał 50
Raduńska Sonia 309, 361
Radwan Łukasz 140, 144, 164, 185, 192–192, 196
Radwańska Dorota 417
Rakowski Mieczysław F. 13, [23], 49–53, 55, 82
Rapaczyńska Wanda 218
Raszyńska Jolanta 410
Rawik Joanna 372, 374
Rączkowski Bartek 492–499

- Rdzanek Jarosław 34
 Rebane Alina 305–306
 Reciak Katarzyna 347
 Redlińska Izabela 590–593
 Rees David 262, 269
 Regis Ed 157
 Reich Marzena 372
 Reich-Ranicki Marcel 104, 167, 186, 262
 Rej Mikołaj 106
 Rembowska Aleksandra 437
 Rendell Ruth 407
 Rędzio Anna 547
 Rhinehart Luke 580
 Rhymes Busta 579
 Rice Anne 580
 Richardson Monika 215
 Ridpath Michael 245
 Rifkin Jeremy 158, 167
 Robsky Casual O. 415
 Rock Maciek 580
 Rodziewiczówna Maria 188
 Rogacin Wojciech 285
 Rogala Małgorzata 440
 Rogalska Jolanta 543
 Rogozińska Anna 83
 Rogoż Michał [479]
 Rokita Jan Maria 221, 223
 Rolicki Janusz 25
 Roman Wanda K. 113
 Romanowicz Jacek 284–285
 Romanowska Dorota 214, 262
 Romanowska Krystyna 260, 432
 Roquemaurel Gérald de 429
 Rosicki Dariusz 214
 Rosiński Grzegorz 188, 262, 609
 Rosiński K. 491
 Rosner Andrzej 263
 Ross Alex 170
 Rostocki Andrzej [23], 27–28
 Rostocki Marek 53
 Roston Anita 492
 Rostron Magdalena 308
 Roth Philip 76, 189
 Rotkiewicz Agnieszka 604
 Rowling Joanne K. 28–29, 32, 34, 196, 237, 278, 295, 362, 529, 562, 566, 574, 627, 629, 667
 Różewicz Stanisław 102, 202
 Różewicz Tadeusz 28, 76, 102, 106, 202, 278
 Różycka Agnieszka 428, 430, 437, 440, 451
 Różycki Tomasz 106
 Ruchniewicz Małgorzata 112
 Rudolf Krzysztof F. 604
 Rudzińska Ola 547
 Rushdie Salman 76, 262
 Rusin Kinga 375
 Russo Richard 242, 661
 Ruszczak Jarosław 588
 Rutowicz Georges 335, 476
 Rybak Agnieszka 120
 Rybak Magda 309, 314
 Rybiński Maciej 135–136, 158, 164
 Rychter Magda 205
 Ryciak Igor 214
 Rylski Eustachy 158, 201
 Rymkiewicz Marek 106
 Rymuza Diana 547
 Rzehak Katarzyna 381
 Rzewuski J. A. 144, 159
 Rzewuski Jerzy 144, 159
 Rzymiski Marcin 619–620
- Sa** Shan 394
 Sadaj Ryszard 360
 Sadkowski Waławacław 235, 347
 Sadurski Piotr 223
 Sagan Françoise 167, 408
 Saint-Exupéry de Antoine 346, 407
 Saint-Exupéry de, Consuelo 346
 Salak Małgorzata 270
 Salinger Jerome D. 577
 Samborski Jerzy 373
 Samson Andrzej 337, 344, 476, 536
 Samson Hanna 394, 447
 Sand George 101
 Sandemo Margit 34
 Sanguszkowie, ród 110
 Santor Irena 307
 Santorski Jacek 333, 609, 611
 Sańczuk Anna 272, 349
 Sapkowski Andrzej 27, 31, 34, 73–74, 184, 188, 193, 195, 352, 516, 562, 574, 626, 629, 638, 661, 667
 Sapota Bartek 492
 Saramago José 76, 172, 399, 661
 Saramanowicz Małgorzata 430, 453

- Sarnacka-Mahoney Eliza 413
Sarnowska-Temeriusz Elżbieta 10
Sartre Jean Paul 306, 347
Sarzyński Dariusz 590
Sarzyński Piotr 60, 72, 81, 105, 115, 301, 448
Sawa-Czajka E. 300
Sawicka Marta 144, 161, 163–164, 168, 183–184, 187–192, 194
Sawka Ewa 336
Sawka Henryk 336
Schab Klaus 217
Schaff Adam 50
Scheffer Karl 331
Schickler David 239, 638, 660
Schlink Bernard 83
Schmidt Helmut 629
Schmitt Eric Emmanuel 272, 453, 463, 572, 603, 639, 660
Schulze Ingo 189
Sebold Alice 494, 661
See Lisa 639
Segda Dorota 333
Selby Hubert jr 196
Semka Piotr 135
Sandler Marzena 492
Servan-Schreiber Jean-Luis 350
Seweryn Andrzej 448
Seweryn Andrzej 311
Shakib Siba 359, 566
Shalev Zeruya
Sheldon Dyan 536
Shree Bhagwana 327
Shuty Sławomir 73, 85, 87, 101, 114, 237, 242, 276, 282, 609
Sidorczyk Barbara 489
Siedlecka Joanna 158, 235, 609, 611
Siemaszko Ewa 201
Siemaszko Władysław 201
Siemieńska Ewa 201, 431
Siemion Piotr 160, 411
Sieniewicz Mariusz 79
Sienkiewicz Henryk 111, 195–196, 273, 278, 340, 627
Sieradzka Anna 415
Sieradzki Sławomir 195
Sierpiński P. 56
Siesicka Krystyna 511, 521, 562, 566, 604–605, 629, 638
Siewko Ola 588, 590, 597, 602, 628
Sikora-Pouivet Dorota 399, 408
Silverstone Alicia 548
Simons Paullina 564
Singer Isaac B. 183, 189, 604–605
Singer Maxine 156
Siwczyk Krzysztof 460
Siwko Maria 494
Skalski Ernest 52, 221
Skąpski Mieczysław 126, [642]
Skąpski Rafał 34
Skiba Krzysztof 136, 164, 186, 198, 292, 403
Škvorecký Josef 403
Skwarnicki Marek 73, 136, 190, 194, 238
Skynner Robin 463
Słabek Henryk 114
Sławińska Kamila 189
Słobodzianek Tadeusz 120
Słojewski Jan Z. 101
Słomkowska Alina 300
Słucki Arnold 309
Smarzyńska-Karbownik Marta 413
Smith Mcall Alexander 562
Smith Richard M. 214
Smith Will 579
Smith Zadie 189, 245, 394, 399, 401, 518, 638, 661, 663
Smoleń B. 331
Snicket L. 30
Snopek Jerzy 100
Sobaszek Grzegorz 226
Sobieraj Katarzyna 590
Sobieraj Małgorzata 590
Sobolewska Anna 281
Sobolewski Tadeusz 333
Soból Marek 661
Sochańska Bogusława 337
Sojka Agnieszka 551
Sokołowski Marek 14
Sokół Zofia 15, [299]–305, 372, 380, [479], 481, 484, 487, 490, 494–495, 542
Solik Aleksandra 518
Solorz-Żak Małgorzata 215
Solska Joanna 109
Sołtysik Andrzej 411
Sołżenicyn Aleksander 397
Sommer Grzegorz 214, 216
Somoza José C. 76, 394, 474

- Sontag Susan 84, 102, 182
Sordylowa Barbara [45]
Soros George 217
Sosnowski Jerzy 73–74, 88, 190, 448
Souad 536
Sowa Izabela 172, 188, 198, 237, 282, 333, 453, 518–519, 562, 610, 638, 640, 661
Sowell Thomas 158
Spałeka Seweryn 156
Sparks Nicholas 453
Spears Britney 622
Spencer Scott 536
Spiegelman Art 269
Spinelli Jerry 271
Sroka Jarosław 219
Stachowiak Mariusz 127
Stachowicz Krystyna 309
Stachówna Grażyna 331
Stachura Edward 106–107, 190, 297
Stadryniak-Saracyń Beata 590
Stala Marian 235
Staniewicz Ewa 127
Stanisław August, polski król 161
Stanisławska Olga 403
Staniszewski Zdzisław 11
Stankiewicz Krystyna 429
Starowicz Lew 609, 611
Stasiak Piotr 108
Stasik Dariusz 214, 284
Stasiuk Andrzej 191, 235, 237, 266, 330, 333, 347, 407, 512, 518–519, 609, 622, 640, 661
Staszewski Kazik 81
Stauber Maria 186
Steel Danielle 34
Stefańska Agnieszka 462, 514
Stein Gertruda 385, 407
Stendhal [właśc. Beyle Marie-Henri] 80
Stephenson Neal 614
Stepowicz M. 43
Stępień Basia 410
Sting 394
Stomma Ludwik 58, 71–72, 74, 81, 84, 91, 430
Stomma Stanisław 182
Storch Maja 537
Stradowski Jan 135
Straus Grażyna [9], 25
Strożek Tomasz 542
Strumińska Felicja 487, 489
Strzałkowska Magdalena 119
Strzałkowska Małgorzata 70, 102, 271, 349
Strzemborz Tomasz 182
Strzemiński Władysław 347
Stużyńska Magdalena 411, 537
Suchocka Hanna 384
Suchodolska Mira 225
Sumliński Wojciech 139
Surdykowski Jerzy 221
Surnik Iwona 348
Süskind Patrick 277
Suworow Wiktor 167–168
Swift Jonathan 193
Sygut Tomasz 130, 216, 217, 218
Sypniewska Ewa 431
Szabłowski Stach 309, 314, 363
Szacki Jerzy 97
Szczukus Ola 531
Szafrąńska Marta 492
Szałek Edyta 309
Szaniawski Józef 170, 284
Szaniawski Paweł 284
Szapołowska Grażyna 381
Szarlik Anita 193, 214
Szarłat Aleksandra 386, 399
Szarota Tomasz 63, 112
Szaruga Leszek 202
Szczawiński Wojciech 361
Szczepaniec Józef 11
Szczepeńska Dorota 188
Szczepeński Jan J. 182
Szczepekowska Joanna 333, 661
Szczerkowski Grzegorz 185
Szczyka Kazimiera 158
Szczygielski Marcin 170, 172, 199
Szczylik Cezary 383
Szcypiorski Andrzej 91, 118
Szekspir William 111, 197, 235, 277–279, 627
Szeliga Zygmunt 50
Szeligowska Joanna 590, 602, 609
Szewczyk Alicja 590
Szewińska Irena 351–352
Szkutnik Zdzisław 43
Szlendak Tomasz 330
Szmidt Jacek 372, 379
Sznajderman Monika 347
Szocki Jerzy 481, 541, 543

- Szokal Anna 316, 420
Szolc Izabela 395
Szostak Wit 172, 460
Szostkiewicz Adam 56, 72, 101, 106, 121
Szpotański Janusz 182
Sztuka Konrad 309, 361, 460
Szumowska-Lempart Ewa 543
Szwaja Monika 173, 340
Szwarcman Dorota 144
Szyłak Jerzy 235
Szymańska Czesława 305
Szymański Janusz 373
Szymański P. 614
Szymborska Wiśława 27, 32, 74, 85, 106, 243, 264, 265, 311, 350, 394, 410, 448, 474
- Ś**liwa Zuzanna 492
Śmiałkowski Kamil 144, 159, 163–164, 189, 192, 214, 226, 235–236, 264–265, 269, 292, 527
Śnieg-Czaplewska Liliana 374
Śnieżanka Ewa 306
Śnieżek Maciej 547, 554
Śpiewak Paweł 135
Środa Krzysztof 330
Świada-Ziemia Hanna 281
Świdarska Eliza 590
Świetlicki Marcin 74, 115, 235, 338, 348, 351, 448, 450, 462, 622
Święcicka Justyna 270
Światała Marcin 10
- T**adeusiewicz Hanna 489
Talarczyk Tomasz 127
Talko Leszek K. 394
Tan Amy 513, 661
Tarka Krzysztof 262
Tarlowska Irena 489
Tattersall Ian 448
Tauer Danuta 543
Taylor Graham P. 271
Schlink Bernard 83
Teoplitz Krzysztof T. 53
Terakowska Dorota 29, 331, 348, 361, 394, 400, 453, 456, 460, 463, 638, 661, 663
Terentiew Nina 202
Teresińska Monika 108, 373
Terlecka-Reksnis Małgorzata 348
- Termer Janusz 11
Tetelowska Irena 16
Thackeray William M. 111
Thadden Rudolf von 120
Theil [Theilig] S. 279
Thomas Dana 227
Tkaczyk Witold 269
Tkocz Stanisław 182
Tobera Marek 24–25
Tochman Wojciech 336, 361
Todorov Pierre 429
Toer Pramoedy A. 330
Tokarczuk Olga 27, 188, 191, 237, 278, 311, 356, 394, 411, 474, 566, 580, 604, 439, 661, 663
Tolkien John R. R. 29, 34, 235, 277, 352, 413, 532, 573, 575, 605, 627, 667
Tomańska Justyna 521
Tomaszewicz E. 331
Tomaszowski Henryk 182
Tomiak Anna 399, 418
Tomkowski Jan 158, 186
Topol Jáchym 662
Torańska Teresa 430
Toruńczyk Barbara 363
Tosińska-Okrój Hanna 384
Townsend Sue 398, 512, 535, 638, 662–663
Trębski Krzysztof 138
Trojan Agnieszka 588, 590, 609–610
Troszczyńska Katarzyna 492
Truskiewicz Ewa 348
Trybuła Adam 218
Tryzna Tomek 348, 638–639
Trzop Beata 300
Tudyka Aleksandra
Tukendorf-Ceglarska Sylwia 554
Tuleja Barbara 492
Turnau Grzegorz 411
Turski Marian 50, 55–56
Tuszyńska Agata 394
Tuwim Julian 190, 447
Twain Mark 629
Twardowski Jan 92, 194, 262, 351
Tylicka B. 480
Tyłkowski Andrzej 348
Tym Stanisław 135
Tyrański W. 300
Tyrmand Leopold 164, 190
Tyszkiewicz Marcin 432

- Tyszkiewicz Beata 381
Tzu Sun 156
- U**chański Wiesław 463
Ugrešić Dubravka 356, 662
Underwood Anne 279
Urban Jerzy 26, 50
Urbanowicz Juliusz 139
Urbanowski Maciej 201
Usarek Krystyna 305
Usenko Natalia 492, 537, 639
- V**arga Krzysztof 638
Vargas Fred 331
Verne Juliusz 110
Vetere Richard 564
Viewegh Michal 244
Villas Violetta 351
Vollers Maryanne 403
Volter 20
Vorglimler Herbert 198
Vreeland Susan 604
- W**aglewski Wojciech 411
Wagner Erica 662
Wajda Andrzej 215, 278, 627
Waldorff Jerzy 363
Walewski Paweł 60
Walicki Piotr 430
Wallace Max 199
Waller Robert James 356, 394
Waltari Mika 603
Wałęsa Lech 135
Wańkowicz Melchior 363
Warhol Andy 192
Warlikowski Krzysztof 461
Warszawski Dawid 217
Wasieczko Agnieszka M. 440, 451
Waters Sarah 340
Watny Magda 541–542
Watson Emma 574
Watson James D.
Weiner Jennifer 449
Weiser Benjamin 167, 198
Weiss Szewach 135, 189
Weiss Wiesław 567
Wencel Wojciech 158–159
- Wendołowska Marzena 410
Werblan Andrzej 49
Wesołowska Marta 52
Węgierkiewicz Rafał 128
Wharton Thomas 662
Wharton William 27–28, 32, 237, 336, 353, 399, 538, 562, 621, 638, 639, 662
Wharton Willy 453
Widłak Wojciech 349
Wieczorek Paulina 547
Wiernikowska Maria 311
Wierzbiański Bolesław 182
Wierzyński Maciej 221, 309
Więch Magdalena 547, 554
Więcka Aleksandra 266–267, 273, 285
Wiktor Mariola 314
Wilber Ken 327
Wilczak Dariusz 214, 219
Wilczak Jagienka 60
Wilczek Mieczysław 13, [23], 137
Wilcz-Grzędzińska Ewa 214
Wilczyński Waclaw 136, 138
Wilde Oscar 158
Wildstein Bronisław 135–136, 140, 157–158, 161, 202, 285, 292
Wilk Ewa 49–50, 52, 60
Wilk Joanna 211
Wilkanowicz-Devoud Marzena 428–429, 432–433, 435
Willmann Magdalena 554
Wilniewczyc Teresa 448
Wilson Julian 272
Wilson Robert 76
Winch Bożena 489
Windorbski Cezary 370, 375, 377
Winfrey Oprah 189
Winięcki Jan 217
Winklowska Barbara 361
Winnicka Ewa 432
Winterson Jeanette 448
Wisłocka Michalina 182, 352
Wiśniewski Janusz L. 30–31, 158, 168, 170–171, 174, 248, 278, 295, 340, 399, 511, 570, 609–610, 638, 662–663
Witkiewicz Stanisław I. 158, 511
Witkowski Michał 453
Władyka Wiesław 54, 56, 70, 72, 74, 82, 118

- Włodarczyk Jarosław 235
Włodarczyk Piotr 223
Wodniak Katarzyna 11, 372, 385, 673
Wojaczek Rafał 107
Wojciechowski Dariusz 188
Wojciechowski Tomasz 198
Wojcik Danuta 308
Wojda Dennis 537
Wojewódzki Kuba 492, 536
Wojtak Maria 15
Wojtczak Edyta 307, 351
Wojtkowska Zofia 285
Wojtowicz Kinga 375
Wojtyna Ewa 590
Wolarski Wojciech 91
Wolff Katarzyna [9], 14, 25
Wolny Maja 56, 63, 107, 109, 448, 621
Wolny-Zmorzyński Kazimierz 100
Wolpert Lewis 363
Wolski Marcin 135, 158, 164, 203, 237, 250
Wolski T. 213
Wood Elijah 527, 573
Woodward Kenneth L. 279
Woolf Virginia 101, 193, 331, 394, 407–408, 418, 474, 667
Woroszyński Wiktor 52
Woydyłło Ewa 373
Woźniak Andrzej 378
Woźniak Witold 378
Woźnica Edyta 590, 609, 619
Wójcik Agnieszka 86
Wójcik Danuta 308
Wójcik Mikołaj 604, 638
Wójcki Tadeusz 127
Wróblewski Andrzej K.
Wróblewski Janusz 56, 109, 309, 314, 336
Wróblewski Jerzy 60, 63, 70, 72, 87, 335
Wróblewski Tomasz 131, 211–216, 218–219, 222, 226
Wrześniowska Joanna 429
Wypustek Katarzyna 195
Wysłowska Joanna 590
Wysocka Alicja 492
Wysocki Roman 412, 428
Wyspiański Stanisław 197, 340
- Y**alom Irvin 327
Yoshimoto Banana 330
- Z**abielska-Stadnik Iwona 314, 316
Zabłocki Michał 347, 351–352, 535
Zaczyński Michał 204
Zadros Krzysztof 590, 621, 633
Zafón Carlos R. 167, 413
Zagajewski Adam 85, 101, 182, 271, 338
Zajac Magdalena 543
Zakrzewski Piotr 588
Zaleska Z. 300
Zaleski Marek 105
Zaleszczyk Zofia 381
Zalewska Katarzyna 226, 270–271
Zalewski Igor 203
Załuski Jan 127–128, 130
Zanussi Krzysztof 56, 58, 292
Zapaśnik Honorata 314
Zapolska Gabriela 549
Zaremba Piotr 220–221, 225, 236, 285
Zarembina Jolanta 216, 263, 277
Zarywski Zbigniew 200
Zasacka Zofia 634
Zasłona Iza 590
Zawieyski Jerzy 190
Zawiślański Stanisław 120
Zaworska Helena 144, 157,
Zaworska-Nikoniuk Dorota 300
Zboralska Kama 158
Zborowska Maria 183
Zeh Julia 103
Zembaty Maciej 381, 430
Zgliczyńska Iwona 492
Ziegler Ewa 305
Zieleniewski Marek 128, 138
Zielińska Beata 590
Zieliński Michał 138, 140
Ziemkiewicz Rafał A. 214, 221, 225, 235, 237, 240, 282, 292
Ziębiński Robert 236, 241–242, 244
Zimmerer Katarzyna 309, 348
Zimny Piotr 128
Ziółkowska-Boehm Aleksandra 374
Zomkowski Jan 186
Zubczyński Roman 588
Zubowicz Beata 427
Zuchowa Anita 226
Zunderlich Stanisław 218
Zwierzynska-Severi Eva 373
Zych Izabela 528

Żabski Tadeusz 11

Żak Anita 621–622

Żakowski Jacek 56, 74, 87

Żebrowska Danuta [479]–480

Żebrowska-Piotrak Małgorzata 547

Żeromski Stefan 111, 340, 460, 626

Żmichowska Narcyza 188

Żmijewski Artur 430

Żólkiewski Stefan 49–50

Żółkowski Fortunat A. 10

Żuławski Andrzej 158, 399, 414

Żuławski Mirosław 373

Żurek Jerzy 394

WYKAZ ANEKSÓW*

- Aneks 1. Autorzy recenzji drukowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 2. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 3. Wydawcy recenzowanych książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 4. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 5. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 6. Wydawcy, którzy zamieścili swe anonse na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 7. Sylwetki twórców przedstawionych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 8. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 9. Wybór tekstów poświęconych rynkowi prasowemu, drukowanych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005
- Aneks 10. Laureaci Nagród Kisiela, lata 2001–2005
- Aneks 11. Człowiek Roku tygodnika „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 12. Autorzy recenzji drukowanych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 13. Autorzy książek recenzowanych książek na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 14. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 15. Osoby związane z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 16. Autorzy reklamowanych książek na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 17. Wydawcy, którzy zamieścili swe anonse na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 18. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Wprost” w latach 2001–2005
- Aneks 19. Autorzy recenzji drukowanych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 20. Autorzy recenzowanych książek na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 21. Wydawcy recenzowanych książek na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 22. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 23. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 24. Wydawcy, którzy zamieścili swe anonse na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005.
- Aneks 25. Sylwetki twórców przedstawionych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005

* Jak zaznaczono we *Wstępie*, aneksy, ze względu na swą objętość, zostały umieszczone na dołączonej do książki płycie CD.

- Aneks 26. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 27. Wybór tekstów poświęconych rynkowi prasowemu na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005
- Aneks 28. Wspólni dla tygodników „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska” autorzy recenzowanych książek w latach 2001–2005
- Aneks 29. Autorzy recenzji zamieszczanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
- Aneks 30. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
- Aneks 31. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005.
Strona recenzyjna: *Moje książki*
- Aneks 32. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
Strona recenzyjna: *Książki → Nowości wydawnicze*
- Aneks 33. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiady na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
- Aneks 34. Wydawcy reklamujący książki na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
- Aneks 35. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
- Aneks 36. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005
- Aneks 37. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005
- Aneks 38. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005
- Aneks 39. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005
- Aneks 40. Wydawcy, którzy zamieścili swe ogłoszenia na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005
- Aneks 41. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005
- Aneks 42. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005
- Aneks 43. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Elle” w latach 2001–2005
- Aneks 44. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Elle” w latach 2001–2005
- Aneks 45. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005
- Aneks 46. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005
- Aneks 47. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005
- Aneks 48. Wydawcy reklamujący książki na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005
- Aneks 49. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005
- Aneks 50. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005
- Aneks 51. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005
- Aneks 52. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005
- Aneks 53. Autorzy książek recenzowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005
- Aneks 54. Wydawcy książek recenzowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005
- Aneks 55. Nazwiska osób związanych z książką, z którymi przeprowadzono wywiad na łamach „Cogito” w latach 2001–2005
- Aneks 56. Autorzy książek reklamowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005
- Aneks 57. Wydawcy książek reklamowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005
- Aneks 58. Wybór tekstów związanych z literaturą i rynkiem wydawniczo-księgarskim, zamieszczonych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005

WYKAZ TABEL

Tabela 1. Tytuły książek wydanych w Polsce oraz największe (pod względem liczby wydawanych tytułów) oficyny wydawnicze w latach 2001–2005	33
Tabela 2. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	62
Tabela 3. Recenzje w dziale <i>Kultura</i> oraz w innych miejscach w „Polityce”	63
Tabela 4. Recenzje drukowane poza rubryką recenzyjną na łamach „Polityki”	71
Tabela 5. Najczęściej recenzowani autorzy polscy na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	72
Tabela 6. Najczęściej recenzowani autorzy obcy na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	75
Tabela 7. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	77
Tabela 8. Wywiady zamieszczane na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	83
Tabela 9. Ogłoszenia wydawców książek na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	89
Tabela 10. Najczęściej powtarzające się tytuły w reklamach wydawniczych na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	91
Tabela 11. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	92
Tabela 12. Wydawcy najczęściej zamieszczający inseraty na łamach „Polityki” w latach 2001–2005	93
Tabela 13. Laureaci Nagród Historycznych, przyznawanych przez „Politykę” w latach 2001–2005	112
Tabela 14. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Wprost” w latach 2001–2005	141
Tabela 15. Recenzje zamieszczane na łamach „Wprost” w latach 2001–2005	142
Tabela 16. Recenzje w poszczególnych działach i rubrykach „Wprost” w latach 2001–2005	143
Tabela 17. Recenzje zamieszczane na łamach „Wprost” w poszczególnych działach i rubrykach innych niż typowa rubryka recenzyjna w latach 2001–2005	155
Tabela 18. Najczęściej recenzowani autorzy na łamach „Wprost” w latach 2001–2005 ...	158
Tabela 19. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Wprost” w latach 2001–2005	159
Tabela 20. Wywiady zamieszczane na łamach „Wprost” w latach 2001–2005	167
Tabela 21. Ogłoszenia wydawców książek w latach 2001–2005 na łamach „Wprost”	169
Tabela 22. Najczęściej powtarzające się tytuły w reklamach wydawniczych w latach 2001–2005 na łamach „Wprost”	170
Tabela 23. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Wprost” w latach 2001–2005	171
Tabela 24. Wydawcy najczęściej zamieszczający inseraty na łamach „Wprost” w latach 2001–2005	174

Tabela 25. Laureaci Nagrody Literackiej im. Józefa Mackiewicza	201
Tabela 26. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	228
Tabela 27. Recenzje zamieszczane na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001– 2005	229
Tabela 28. Recenzje w dziale <i>Kultura</i> oraz w innych miejscach w „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	229
Tabela 29. Najczęściej recenzowani autorzy polscy i obcy na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	237
Tabela 30. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	239
Tabela 31. Wywiady zamieszczane na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	246
Tabela 32. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Newsweek Polska” w la- tach 2001–2005	247
Tabela 33. Autorzy, których książki reklamowano najczęściej na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	248
Tabela 34. Wydawcy najczęściej zamieszczający inseraty na łamach „Newsweek Polska” w latach 2001–2005	249
Tabela 35. Laureaci konkursu literackiego <i>Podporusz</i>	281
Tabela 36. Porównanie liczby informacji o książce na łamach tygodników „Polityka”, „Wprost” i „Newsweek Polska”	293
Tabela 37. Średnia liczby informacji, przypadająca na 1 numer	294
Tabela 38. Wydawcy, którzy zamieścili reklamy na łamach „Polityki”, „Wprost” oraz „Newsweek Polska”	296
Tabela 39. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Zwierciadła” w la- tach 2001–2005	314
Tabela 40. Recenzje zamieszczane na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005	315
Tabela 41. Wydawcy książek najczęściej recenzowanych na łamach „Zwierciadła” w la- tach 2001–2005	333
Tabela 42. Wywiady z osobami związanymi ze światem literatury, zamieszczane na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005	335
Tabela 43. Reklamy wydawnicze zamieszczane na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005	339
Tabela 44. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Zwierciadła” w latach 2001–2005	340
Tabela 45. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Twojego Stylu” w la- tach 2001–2005	387
Tabela 46. Recenzje, omówienia i adnotacje zamieszczone na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005	388
Tabela 47. Wydawcy najczęściej recenzowanych na łamach „Twojego Stylu” książek w latach 2001–2005	396
Tabela 48. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005	402
Tabela 49. Najczęściej powtarzające się tytuły w reklamach wydawniczych w latach 2001–2005 na łamach „Twojego Stylu”	403
Tabela 50. Autorzy książek reklamowanych przez wydawców (więcej niż 1 tytuł) na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005	403

Tabela 51. Pisarze zamieszczający felietony na łamach „Twojego Stylu” w latach 2001–2005	414
Tabela 52. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Elle” w latach 2001–2005	438
Tabela 53. Recenzje, omówienia, streszczenia na łamach „Elle” w latach 2001–2005	439
Tabela 54. Najczęściej recenzowani autorzy na łamach „Elle” w latach 2001–2005	447
Tabela 55. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Elle” w latach 2001–2005	452
Tabela 56. Wywiady zamieszczane na łamach „Elle” w latach 2001–2005	453
Tabela 57. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Elle” w latach 2001–2005	456
Tabela 58. Porównanie liczby informacji o książce na łamach magazynów: „Zwierciadło”, „Twój Styl”, „Elle” w latach 2001–2005	471
Tabela 59. Średnia liczby informacji, przypadająca na 1 numer	472
Tabela 60. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005	500
Tabela 61. Recenzje, omówienia i streszczenia zamieszczane na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005	501
Tabela 62. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005	516
Tabela 63. Wywiady z osobami związanymi ze światem literatury, zamieszczane na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005	517
Tabela 64. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Filipinki” w latach 2001–2005	520
Tabela 65. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005	554
Tabela 66. Recenzje, omówienia i streszczenia książek na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005	555
Tabela 67. Nazwiska pisarzy, którzy pojawili się w recenzjach książek przynajmniej trzykrotnie na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005	561
Tabela 68. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005	567
Tabela 69. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Dziewczyny” w latach 2001–2005	569
Tabela 70. Formy obecności książki i informacji o niej na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	594
Tabela 71. Recenzje, omówienia i streszczenia książek zamieszczane na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	597
Tabela 72. Nazwiska pisarzy, którzy pojawili się w recenzjach książek przynajmniej trzykrotnie na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	603
Tabela 73. Wydawcy najczęściej recenzowanych książek na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	607
Tabela 74. Wywiady z osobami związanymi ze światem literatury, zamieszczane na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	608
Tabela 75. Ogłoszenia wydawnicze zamieszczane na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	612
Tabela 76. Typy książek reklamowanych na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	613
Tabela 77. Autorzy dzieł naukowych i oświatowych najczęściej reklamowani na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	614

Tabela 78. Wydawcy najczęściej reklamowanych książek na łamach „Cogito” w latach 2001–2005	615
Tabela 79. Porównanie liczby informacji o książce na łamach „Filipinki”, „Dziewczyny” oraz „Cogito”	635
Tabela 80. Średnia liczby informacji, przypadająca na 1 numer	637
Tabela 81. Dane bibliograficzne dotyczące omawianych w książce periodyków	644
Tabela 82. Porównanie liczby informacji o książce na łamach analizowanych czasopism	646
Tabela 83. Autorzy recenzowanych książek, wspólni dla badanych czasopism w latach 2001–2005	655
Tabela 84. Edytorzy, zamieszczający reklamy wydawnicze na łamach badanych periodyków oraz wspólne dla poszczególnych grup oficyny	664

WYKAZ ZDJĘĆ*

Zdjęcie 1. Rubryka <i>Wieczne Pióra</i>	65
Zdjęcie 2. Rubryka <i>Kultura/książki</i>	66
Zdjęcie 3. Strona recenzyjna na łamach „Polityki”	67
Zdjęcie 4. Strona recenzyjna na łamach „Polityki”	67
Zdjęcie 5. Strona recenzyjna na łamach „Polityki”	69
Zdjęcie 6. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	95
Zdjęcie 7. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	95
Zdjęcie 8. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	96
Zdjęcie 9. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	96
Zdjęcie 10. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	97
Zdjęcie 11. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	97
Zdjęcie 12. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	98
Zdjęcie 13. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	98
Zdjęcie 14. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	99
Zdjęcie 15. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	99
Zdjęcie 16. Reklama Wydawców Prasy	122
Zdjęcie 17. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	123
Zdjęcie 18. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	123
Zdjęcie 19. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Polityki”	123
Zdjęcie 20. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	145
Zdjęcie 21. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	146
Zdjęcie 22. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	147
Zdjęcie 23. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	148
Zdjęcie 24. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	149
Zdjęcie 25. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	150
Zdjęcie 26. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	151
Zdjęcie 27. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	152
Zdjęcie 28. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	153
Zdjęcie 29. Strona recenzyjna na łamach „Wprost”	154
Zdjęcie 30. <i>Ranking Wprost i Empiku</i>	165
Zdjęcie 31. <i>Bestsellery Wprost</i>	165
Zdjęcie 32. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	173
Zdjęcie 33. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	175
Zdjęcie 34. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	175
Zdjęcie 35. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	176

* Zdjęcia pochodzą ze zbiorów Biblioteki Narodowej w Warszawie, Biblioteki Uniwersyteckiej w Łodzi, Miejskiej Biblioteki Publicznej im. J. Piłsudskiego w Łodzi oraz z własnych zbiorów Autorki.

Zdjęcie 36. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	176
Zdjęcie 37. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	177
Zdjęcie 38. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	177
Zdjęcie 39. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	177
Zdjęcie 40. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	177
Zdjęcie 41. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	178
Zdjęcie 42. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	179
Zdjęcie 43. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	179
Zdjęcie 44. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	180
Zdjęcie 45. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	180
Zdjęcie 46. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	205
Zdjęcie 47. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	205
Zdjęcie 48. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	207
Zdjęcie 49. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	207
Zdjęcie 50. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	207
Zdjęcie 51. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Wprost”	207
Zdjęcia 52. Przykładowa strona recenzyjne na łamach „Newsweek Polska”	231
Zdjęcia 53. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska”	232
Zdjęcia 54. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska”	233
Zdjęcia 55. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Newsweek Polska”	233
Zdjęcia 56. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	250
Zdjęcia 57. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	251
Zdjęcia 58. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	251
Zdjęcia 59. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	252
Zdjęcia 60. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	252
Zdjęcie 61. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	253
Zdjęcie 62. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	253
Zdjęcie 63. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „News- week Polska”	254
Zdjęcie 64. <i>Hity września</i> na łamach „Newsweek Polska”	255
Zdjęcie 65. <i>Książki. Ranking</i> na łamach „Newsweek Polska”	256
Zdjęcie 66. <i>Ranking Newsweeka</i>	257
Zdjęcie 67. <i>Hity Newsweeka</i>	257
Zdjęcie 68. Ranking bestsellerów „Newsweek Polska”	258
Zdjęcie 69. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	286
Zdjęcie 70. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	287
Zdjęcie 71. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	287
Zdjęcie 72. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	288
Zdjęcie 73. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	289
Zdjęcie 74. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	289
Zdjęcie 75. Przykładowe ogłoszenie zamieszczone na łamach „Newsweek Polska”	289

Zdjęcie 120. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	421
Zdjęcie 121. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	421
Zdjęcie 122. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	422
Zdjęcie 123. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	422
Zdjęcie 124. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	423
Zdjęcie 125. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	424
Zdjęcie 126. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	424
Zdjęcie 127. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	425
Zdjęcie 128. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Twojego Stylu”	425
Zdjęcie 129. Rubryka poświęcona książce na łamach „Elle”	441
Zdjęcie 130. Rubryka poświęcona książce na łamach „Elle”	441
Zdjęcie 131. Strona recenzyjna na łamach „Elle”	443
Zdjęcie 132. Strona recenzyjna na łamach „Elle”	443
Zdjęcie 133. Strona recenzyjna na łamach „Elle”	444
Zdjęcie 134. Strona recenzyjna na łamach „Elle”	444
Zdjęcie 135. Strona recenzyjna (jedna z dwóch) na łamach „Elle”	445
Zdjęcie 136. Strona recenzyjna (jedna z dwóch) na łamach „Elle”	445
Zdjęcie 137. Strona recenzyjna na łamach „Elle”	446
Zdjęcie 138. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	457
Zdjęcie 139. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	457
Zdjęcie 140. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	458
Zdjęcie 141. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	458
Zdjęcie 142. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	458
Zdjęcie 143. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	459
Zdjęcie 144. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	459
Zdjęcie 145. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	465
Zdjęcie 146. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	465
Zdjęcie 147. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Elle”	466
Zdjęcie 148. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	502
Zdjęcie 149. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	502
Zdjęcie 150. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	502
Zdjęcie 151. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	503
Zdjęcie 152. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	504
Zdjęcie 153. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	505
Zdjęcie 154. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	506
Zdjęcie 155. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	506
Zdjęcie 156. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	507
Zdjęcie 157. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	507
Zdjęcie 158. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	508

Zdjęcie 159. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	508
Zdjęcie 160. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	510
Zdjęcie 161. Strona recenzyjna na łamach „Filipinki”	510
Zdjęcie 162. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	522
Zdjęcie 163. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	522
Zdjęcie 164. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	524
Zdjęcie 165. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	524
Zdjęcie 166. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	525
Zdjęcie 167. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	525
Zdjęcie 168. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	540
Zdjęcie 169. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Filipinki”	540
Zdjęcie 170. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	556
Zdjęcie 171. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	556
Zdjęcie 172. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	557
Zdjęcie 173. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	557
Zdjęcie 174. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	559
Zdjęcie 175. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	559
Zdjęcie 176. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Dziewczyny”	560
Zdjęci 177. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	571
Zdjęcie 178. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	571
Zdjęcie 179. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	571
Zdjęcie 180. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	571
Zdjęcie 181. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	581
Zdjęcie 182. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	581
Zdjęcie 183. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	582
Zdjęcie 184. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	583
Zdjęcie 185. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	583
Zdjęcie 186. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Dziewczyny”	584
Zdjęcie 187. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito”	599
Zdjęcie 188. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito”	599
Zdjęcie 189. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito”	600
Zdjęcie 190. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito”	600
Zdjęcie 191. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito”	601
Zdjęcie 192. Przykładowa strona recenzyjna na łamach „Cogito”	601
Zdjęcie 193. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	616
Zdjęcie 194. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	616
Zdjęcie 195. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	617
Zdjęcie 196. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	617

Zdjęcie 197. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	617
Zdjęcie 198. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	618
Zdjęcie 199. Przykładowe ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	618
Zdjęcie 200. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	631
Zdjęcie 201. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	632
Zdjęcie 202. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	632
Zdjęcie 203. Wybrane ogłoszenie wydawnicze zamieszczone na łamach „Cogito”	632

OD REDAKCJI

Magdalena Przybysz-Stawska jest absolwentką kierunku bibliotekoznawstwo i informacja naukowa na Uniwersytecie Łódzkim (1999 r., praca magisterska pt. *Biblioteka u Pana Grohmana: reportaż na łamach „Gazety Wyborczej” jako rezultat przemian zachodzących w prasie polskiej w latach dziewięćdziesiątych*), doktorem nauk humanistycznych w dziedzinie bibliologii (2004 r., doktorat pt. *Problem wyboru: promocja książki w dodatkach do wybranych polskich gazet codziennych w latach dziewięćdziesiątych XX wieku*), adiunktem (od 2004 r.) w Katedrze Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej Uniwersytetu Łódzkiego.

Autorka prowadzi zajęcia dydaktyczne, dotyczące m.in. dawnej i współczesnej prasy, wykłady i ćwiczenia na temat tradycyjnych źródeł informacyjno-wyszukiwawczych, a także seminarium dyplomowe. Swoją wiedzę teoretyczną miała okazję uzupełnić doświadczeniem praktycznym nabytym w podjętej, w trakcie studiów, pracy w Bibliotece Głównej Politechniki Łódzkiej.

Zainteresowania naukowe Autorki koncentrują się wokół zagadnień związanych z obecnością książki, form informacji o literaturze, zamieszczanych na łamach polskiej prasy współczesnej. Dotychczasowy dorobek naukowy M. Przybysz-Stawskiej obejmuje ponad 30 publikacji, m.in. artykuły problemowe (w czasopismach recenzowanych i pracach zbiorowych) oraz sprawozdania. Jest również autorką książki: *„To się czyta”. Promocja książki w dodatkach do wybranych polskich gazet codziennych w latach dziewięćdziesiątych XX wieku* (2006).

Autorka uczestniczyła w kilkunastu ogólnopolskich i międzynarodowych konferencjach naukowych. Brała udział w konkursie *Aktualizacja kształcenia akademickiego bibliotekarzy pracujących w małych bibliotekach gminnych*, organizowanym przez Polskie Towarzystwo Bibliologiczne Oddział Warszawski, a następnie realizowała zgłoszony przez siebie przedmiot w macierzystej Katedrze. Uczestniczyła w szkoleniach i kursach (np. *Oferta Instytutu Monitorowania Mediów: Monitoring i platforma; Baza MediaContact; Biuro Personalne; Pozyskiwanie i wykorzystywanie środków pozabudżetowych w szkolnictwie wyższym; Warsztaty technik pamięciowych*).

Należała do uczelnianej Komisji Stypendiów Socjalnych. W latach 2006–2008 pełniła funkcję sekretarza redakcji czasopisma naukowego „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Librorum”, a od 2009 r. jest członkiem tejże redakcji. W 2008 r. była sekretarzem konferencji naukowej, organizowanej przez Katedrę Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej Uniwersytetu Łódzkiego, *Przestrzeń informacyjna książki*. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Bibliologicznego oraz Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich oraz Stowarzyszenia Przyjaciół Książki dla Młodych (Polskiej Sekcji IBBY).