

Magdalena Przybysz-Stawska



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



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

**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” <i>górq!</i> | 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” – <i>najlepsze medium</i> | 210 |
| 2.4.1. <i>Historia pod tytułem „Newsweek”</i> | 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 blizny</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>Łagodniej 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 (nierzadkie) 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. Światała, *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 Skarbcza 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 Dzieciątkowskiej.

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 Republica 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 wyłódnionego 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.