

# SPIS TREŚCI

WSTĘP . . . . .	11
-----------------	----

## Rozdział I

<b>REPORTAŻ NA POLSKIM RYNKU KSIĄŻKI DO 1989 ROKU</b>	<b>25</b>
---	-----------

FORMY PREREPORTAŻOWE W WYDAWNICTWACH OKRESU ZABORÓW . . . . .	28
---	----

Reportaż w służbie Wielkiej Wojny . . . . .	36
---	----

REPORTAŻ A MIĘDZYWOJENNA PRODUKCJA KSIĘGARSKA . . . . .	43
---	----

Kategoryzacja międzywojennych reportaży książkowych . . . . .	46
---	----

Reportaż książkowy na tle produkcji wydawniczej dwudziestolecia . . . . .	53
---	----

KSIĄŻKI REPORTAŻOWE I OKOŁOREPORTAŻOWE PODCZAS II WOJNY ŚWIATOWEJ . . . . .	58
---	----

REPORTAŻ KSIĄŻKOWY W OKRESIE POLSKI LUDOWEJ . . . . .	65
---	----

Książki reportażowe w obiegu oficjalnym . . . . .	66
---	----

Książki reportażowe w drugim obiegu i na emigracji . . . . .	71
--	----

Reportaż w powojennych seriach książkowych . . . . .	74
--	----

Reportaże książkowe i prasowe w życiu literacko-kulturalnym PRL-u . . . . .	78
---	----

MIĘDZY KSIĄŻKĄ A PRASĄ – ZALEŻNOŚCI I KONKLUZJE . . . . .	83
---	----

## Rozdział II

<b>OD „DISKURSU DOMINUJĄCEGO” DO WIELOŚCI DISKURSÓW. REPORTAŻ KSIĄŻKOWY PO PRZEŁOMIE</b>	<b>85</b>
--	-----------

REPORTAŻ WOBEC PRZEŁOMU 1989 ROKU . . . . .	89
---	----

REPORTAŻ A „DISKURS DOMINUJĄCY” . . . . .	99
---	----

REPORTAŻ MIĘDZY KANONEM A RANKINGIEM . . . . .	112
--	-----

REPORTAŻ NA POGRANICZU DISKURSÓW . . . . .	123
--	-----

Dyskurs mediów cyfrowych . . . . .	123
------------------------------------	-----

Dyskurs popkultury . . . . .	127
------------------------------	-----

Dyskurs intermedialny . . . . .	130
---------------------------------	-----

OD „DISKURSU DOMINUJĄCEGO” DO WIELOŚCI DISKURSÓW . . . . .	140
--	-----

### Rozdział III

#### **REPORTAŻ KSIĄŻKOWY W DOBIE KONWERCENCJI – STRATEGIE ADAPTACJI** 143

REPORTAŻ W KULTURZE KONWERCENCJI . . . . .	146
W REALIACH RYNKU – STRATEGIE KOMERCJALIZACJI . . . . .	154
Aspekt technologiczny: nowe metody promocji i dystrybucji. . . . .	158
Aspekt ekonomiczny: instytucjonalna współpraca . . . . .	160
Aspekt społeczno-kulturowy: aktywizacja odbiorców . . . . .	165
WOBEC ODBIORCY – STRATEGIE INTERAKTYWNOŚCI . . . . .	170
Interaktywność zewnątrztekstowa . . . . .	172
Interaktywność wewnątrztekstowa . . . . .	178
W STRONĘ AUTORA – STRATEGIE PODMIOTOWOŚCI . . . . .	184
„Ja” reportera – wymiar tekstualny . . . . .	185
Podmiot reporterski w wymiarze społeczno-kulturowym . . . . .	196
W UNIWERSUM KONWERCENCJI – WNIOSKI KOŃCOWE . . . . .	201

### Rozdział IV

#### **AGREGACYJNOŚĆ WSPÓŁCZESNYCH POLSKICH REPORTAŻY KSIĄŻKOWYCH** 205

MIĘDZY HYBRYDĄ A PROJEKTEM – REPORTAŻ KSIĄŻKOWY JAKO AGREGAT . . . . .	208
Reportaże jako hybrydy gatunkowo-rodzajowe . . . . .	212
Reportaże jako hybrydy medialne . . . . .	216
Agregacyjność materialna i projektowość reportażu. . . . .	221
GODNOŚĆ FORMY. GATUNKOWE AGREGACJE MARIUSZA SZCZYGŁA. . . . .	225
JACEK HUGO-BADER – REPORTER „MULTIMEDIALNY” . . . . .	240
PROJEKT: KSIĄŻKA. TRANSMEDIALNE OPowieści FILIPA SPRINGERA . . . . .	254
AGREGACYJNE PRZEOBRAŻENIA REPORTAŻU – PODSUMOWANIE . . . . .	268

### Rozdział V

#### **HYBRYDYCZNIE I PROJEKTOWO – „UWENĘTRZNIANIE” RZECZYWISTOŚCI W REPORTAŻACH DOBY PRZEMIAN** 271

REPORTAŻ KSIĄŻKOWY JAKO TROP RZECZYWISTOŚCI . . . . .	274
AGREGACYJNA RZECZYWISTOŚĆ – AGREGACYJNY REPORTAŻ . . . . .	282
Reportaż ponowoczesny? . . . . .	284
Od agregacji do konwergencji w reportażu. . . . .	289

AGREGACYJNOŚĆ JAKO „UWEWNĘTRZNIENIE” RZECZYWISTOŚCI W REPORTAŻU . . . . .	296
Reporterskie „światy równoległe” . . . . .	296
Reportaż między „obnażaniem” a „podglądactwem” medialnym . . . . .	301
„Uwewnętrznienie” reportażu jako oswajanie ponowoczesności . . . . .	306
AKSJIOLOGIA PRZEMIAN I ADAPTACJI POLSKICH REPORTAŻY KSIĄŻKOWYCH . . . . .	311
<b>ZAKOŃCZENIE.</b> . . . . .	315
<b>BIBLIOGRAFIA</b> . . . . .	323
<b>WYKAZ SKRÓTÓW.</b> . . . . .	356
<b>INDEKS OSÓB.</b> . . . . .	357
<b>SUMMARY</b> . . . . .	371
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> . . . . .	373