

Barbara Śreniawska

"Prasa turystyczno-podróżnicza w Polsce po 1989 roku", Tomasz Gezela, Szczecin-Toruń 2005 : [recenzja]

Kultura i Edukacja nr 2, 114-116

2005

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

atrach. Dlatego ta praca jest im właśnie poświęcona” (s. 170).

Na uwagę zasługuje skrupulatność badacza i ogromny szacunek dla szczegółu. Mimo stosunkowo skromnej bazy źródłowej udało się autorowi na kartach swojej rozprawy zawrzeć kompleksowe omówienie repertuaru kin, zaplecza finansowego, obsady, możliwości technicznych oraz niezliczonej liczby detali związanych z przemysłem filmowym – od liczby miejsc siedzących w salach projekcyjnych, przez szczegółowy wystrój wnętrz kinoteatrów, po ceny biletów. Dzięki temu czytelnik zostaje wprowadzony w niepowtarzalny klimat epoki, ale przede wszystkim poznaje Bydgoszcz z I poł. XIX wieku. Niezwykły sentyment, z jakim autor rekonstruuje poszczególne zakątki miasta, nieistniejące już kina czy wytwórnie filmowe sprawia, iż czuje się, że książka pisana jest ręką związanego ze swoją lokalną ojczyzną bydgoszczanina.

Uwaga czytelnika mimo woli skupia się również na ciekawym języku pracy. Rozprawa już od pierwszych stron urzeka niekwestionowanym kunsztem narracyjnym autora, co sprawia, że sówicie wykorzystywana w rozważaniach i wielokrotnie wplataną w tok narracji bazą źródłową – rozporządzenia władz miejskich, przepisy prawne, repertuary kinowe czy wycinki prasowe, nie spowalnia tempa opowiadania i nie przytłacza nadmiarem informacyjnym, ale znakomicie wkomponowuje się w tok fascynującej opowieści o filmie, ludziach i mieście, jakiego już nie ma. I duża w tym zasługa autora, którego solidny warsztat historyka przeplata się na kartach rozprawy z talentem narracyjnym, że omawiana pozycja, wypełniająca pewną lukę w opracowaniach dotyczących Bydgoszczy, ma dużą wartość poznawczą, ale i z uwagi na barwność narracji, jest też lekturą po prostu przyjemną.

Anna Strzeszewska

Tomasz Gezela, *Prasa turystyczno-podróżnicza w Polsce po 1989 roku*, Instytut Informacji Naukowej i Bibliologii UMK w Toruniu, Wydawnictwo KA Druk w Szczecinie, Szczecin–Toruń 2005, ss. 109.

Historia najnowsza coraz silniej wskazuje na rosnące znaczenie czasopisma jako społecznego nośnika wiedzy i informacji, wiodącego elementu prowadzącego do wzrostu poziomu intelektualnego społeczeństwa. Przełom roku 1989 przyniósł istną rewolucję na rynku wydawniczym i księgarskim. Nowe tytuły prasowe zaczęły się mnożyć jak przysłowiowe grzyby po deszczu, podnosił się poziom edytorski już istniejących. Jednocześnie temat tego żywiołu czasopiśmienniczego coraz częściej stawał się przedmiotem badań naukowych.

Tematem tym zajął się również Tomasz Gezela, a wyniki swoich poszukiwań i dociekań opublikował w pracy *Prasa turystyczno-podróżnicza w Polsce po 1989 roku*. Jak wskazuje tytuł, autor skoncentrował się *czasopismach turystyczno-podróżniczych ogólnych, a zasadniczo ich cechach formalnych oraz zawartości merytorycznej w latach 1989-2003. W badaniach uwzględniono tylko czasopisma turystyczne oraz wyspecjalizowane w turystyce górskiej*. W kręgu zainteresowań badawczych znalazły się zatem następujące miesięczniki: „Poznaj świat” (rok założenia 1948), „Poznaj swój kraj” (1958), „Na szlaku” (1986), „Góry” (1991), „Świat i Podróż” (1995), „Voyage” (1998), „Podróż” (1998), „National Geographic Polska” (1999), „n.p.m.” (2001) oraz „Magazyn Górski” (2001). Są to bowiem, zdaniem autora, pisma dostępne w kolportażu ogólnokrajowym i przeznaczone nie dla wąsko wyspecjalizowanej grupy, ale dla szerokiego kręgu odbiorców. W badaniach nie uwzględniono tytułów branżowych.

Aby dać pełny i przejrzysty obraz wyników swoich badań, autor dokonał podziału treści na trzy zasadnicze części. Składają się na nie: dzieje

prasy turystyczno-podróżniczej w Polsce do 1989 roku, cechy formalne czasopism będących przedmiotem badań oraz analiza ich treści. Pełniejszemu zobrazowaniu zawartości treściowej posłużyło wyodrębnienie dwóch podrozdziałów. Osobno rozpatrzono czasopisma ogólnie turystyczne i te skoncentrowane na turystyce górskiej. Podział taki wydaje się być słuszny, daje bowiem przejrzysty obraz podejmowanych zagadnień.

Jak wynika z treści rozdziału pierwszego pracy, historia tego typu czasopism w Polsce sięga XVIII wieku, wtedy bowiem wydawany był „Zbiór Pism Ciekawych służący do poznania różnych Narodów i Krajów” (1795–1796), który miał charakter popularnonaukowego czasopisma geograficzno-historycznego. Zaś za pierwszy periodyk ukazujący się na ziemiach polskich uznaje się „Dziennik Podróży Łądowych i Morskich” – warszawski miesięcznik, ukazujący się od stycznia do grudnia 1927 roku, a w 1928 roku przekształcony w dwutygodnik „Kolumb. Pamiętnik Opisom Podróży Łądowych i Morskich, Najnowszych Odkryć Geograficznych, Wiadomościom Statystycznym oraz tymi w Stycznosci Zostającymi Poświęcony”. Autor w bardzo ciekawy sposób zaprezentował dzieje tego pisma, jak również kolejnych mu podobnych, powstałych do momentu wybuchu drugiej wojny światowej i po jej zakończeniu. Wnikliwie prześledził ich koleje losu i sposób, w jaki ewoluowały. Nie pominął również sylwetek osób, którym pisma zawdzięczały swe istnienie oraz taki, a nie inny kształt i charakter, a także uwzględnił ich instytucje sprawcze. Co ciekawsze, rozdział ten został wzbogacony o przytoczoną opinię Jerzego W. Gajewskiego, który dokonał charakterystyki rynku prasy turystycznej u schyłku lat osiemdziesiątych XX wieku.

W drugiej części rozprawy Gezela przedstawił od strony formalnej periodyki będące już przedmiotem jego pracy. W przypadku tytułów wykraczających poza cenzurę roku 1989, przybliżył czy-

telnikowi, jaki wpływ miała na nie dynamika rozwoju pism tego przełomowego momentu, jakie musiały pokonać przeszkody, aby nie poddać się nowej konkurencji, ale mimo przeszkód w dalszym ciągu utrzymać się na rynku. Mało tego, zacytował fragmenty listów od czytelników napływających wówczas do redakcji, dzięki którym łatwo odczytać przywiązanie do „zakorzenionych” już tytułów i reakcje odbiorców na zachodzące na ich łamach zmiany.

W przypadku czasopism nowych naświetlono okoliczności ich powstania, naszkicowano sylwetki ich inicjatorów, założycieli i twórców. Zaprezentowano ich założenia programowe, ale również przybliżono grupy czytelnicze, do jakich są skierowane i środowiska, w jakich cieszą się największą popularnością.

Na szczególną uwagę w tej części zasługuje wnikliwe przedstawienie dynamiki kształtowania się niektórych cech formalnych omawianych tytułów, takich jak cena, objętość, nakład, format i jakość wykorzystanego do produkcji papieru. Wszelkie dane uzyskane na ten temat zostały zebrane i ujęte w tabele, które stanowią nieodłączny element rozdziału, a następnie posłużyły do ustalenia zachodzących między nimi zależności. Dzięki nim z łatwością można zaobserwować jaki wpływ wywierały na siebie te poszczególne parametry. Tak dokładne zestawienie zebranych danych świadczy o dużym zaangażowaniu i dociekliwości autora oraz dojrzałości jego warsztatu badawczego.

Nadto Gezela zwrócił uwagę na skuteczność sprzedaży na tle konkurencyjnych pism, bowiem jednym z zadań, jakie postawił sobie za cel, przystępując do analizy, była odpowiedź na pytanie, ilu czytelników naprawdę czyta bądź w ogóle zagląda do prezentowanych tytułów. Aby tego dokonać, sięgnął po wyniki badań czytelnictwa prasy w Polsce zebrane przez Studium Polskie Badania Czytelnictwa. Niestety w badaniach tych, jak się okazało, zostały uwzględnione tylko trzy spośród

dziesięciu omawianych pism i były to: „National Geographic Polska”, „Podróże” i „Voyage”. Z danych, jakimi dysponowało PBCz, wyraźnie daje się zauważyć, że najsilniejszą pozycją poszczycić się może „National Geographic Polska”. Mimo że ten magazyn jest jednym z najmłodszych, ukazuje się bowiem dopiero od 1999 roku, to on wyznacza standardy na rynku prasy, nie tylko popularno-naukowej. Niewątpliwie nie pozostał tu bez znaczenia fakt, iż jest to kontynuacja amerykańskiego wydania „National Geographic Magazine”, które na długo przed pojawieniem się na polskim rynku wydawniczym wyrobiło sobie markę, także pośród polskich czytelników. Aby jeszcze dobitniej uwiarygodnić miejsce trzech badanych przez PBCz periodyków na arenie czytelnictwa i popularności prasy, dane dotyczące ich poczytności porównano z najczęściej wymienianymi przez respondentów miesięcznikami: „Claudia”, „Olivia” i „Poradnikiem Domowym”.

Potwierdzeniem znajomości tematu jest także ostatnia – trzecia część pracy, w której autor omówił najobszerniej podejmowane na łamach prasy podróżniczo-turystycznej zagadnienia. W przypadku pism ogólnoturystycznych były to podróże, tradycje i obyczaje, tematy społeczno-polityczne oraz historia, natomiast na treść periodyków ukierunkowanych na turystykę górską złożyły się następujące grupy tematyczne: wyprawy wysokogórskie, szlaki – przejścia – wycieczki, historia, porady. Również w tym rozdziale swoje konkluzje autor poparł licznymi cytatami, co jeszcze dobitniej odzwierciedla profil i charakter omawianych czasopism.

Wartość pracy podnoszą dodatkowo liczne reprodukcje stron tytułowych omawianych pism, jak również fotografie ich redaktorów. Niestety ogólne dobre wrażenie pomniejszają liczne zaniebdania korektorskie, momentami dość rażące, czego przykładem jest m.in. zamieszczona na 64 stronie tabela. Zestawione w niej dane dotyczą formatów poszczególnych numerów prasy tury-

stycznie podróżniczej wydanych w grudniu 2003 roku, zaś w odpowiedniej rubryce niesłusznie zapisano, iż chodzi w niej o cenę.

Podobnego przeoczenia dopuścił się korektor na dziesiątej stronie, gdzie w miejsce „...Pamiętnika [...] Najnowszych Odkryć Geograficznych...” wkradł się „...Pamiętnik [...] Odkryć Jeograficznych...”, analogiczne błędy wystąpiły w jeszcze kilku miejscach i tak na stronie piętnastej zamiast poprawnego zapisu „redaktorem naczelnym był Michał Zieleniewski” razi zwrot „redaktorem naczeln był ...”, zaś na stronie siedemdziesiątej dziewiętej, Bułgaria (zapewne wbrew woli autora) została porównana do „dawno niewidzianej koleżanka”, zamiast „koleżanki z wakacji”.

W trakcie lektury czytelnik natrafi na jeszcze kilka takich potknięć. Na szczęście trafna i słuszna konstrukcja pracy, styl i jasność wypowiedzi, bogata znajomość literatury przedmiotu, płynność poruszania się po temacie przysłaniają te drobne niedociągnięcia wynikające z zaniedbań redakcyjnych. Praca Tomasza Gezeli może służyć jako wzór do naśladowania, zwłaszcza jeżeli chodzi o język i sposób formułowania wniosków. Może i chyba powinna motywować do dalszych poszukiwań i kontynuowania prac badawczych w tym zakresie. Potwierdza to chociażby umieszczony na tylnej stronie okładki fragment recenzji wydawniczej prof. dr hab. Grażyny Gzelli z UMK, w której napisała ona:

Tomasz Gezela w sposób godny pochwały rozwiązał postawiony przez siebie cel badawczy, a jego praca, dzięki starannej kwerendzie, jasnemu tokowi wypowiedzi, trafnej i przejrzystej konstrukcji w istotny sposób poszerza naszą wiedzę o prasie turystyczno-podróźniczej wydanej w Polsce po 1989 roku [...], a dojrzałość poglądów autora pozwala sądzić, że materiał stanie się punktem wyjścia do dalszych, bardziej szczegółowych badań.

Barbara Śreniawska