

# Mielczarek, Tomasz

---

## Współczesna polska prasa opinii

---

Rocznik Prasoznawczy 1, 33-53

---

2007

Artykuł został zdigitalizowany i 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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

# WSPÓŁCZESNA POLSKA PRASA OPINII

## STRESZCZENIE

*Przedmiotem artykułu jest wydawana po 1989 r. prasa opinii, tj.: czasopisma społeczno-polityczne, społeczno-kulturalne i literackie.*

*Ten typ prasy po 1989 r. nie cieszył się zbyt wielką popularnością. Zaledwie kilka tygodników społeczno-politycznych miało nakłady przekraczające 100 tys. egz. Według zweryfikowanych danych w 2006 r. łączna sprzedaż 7 największych pism społeczno-politycznych wynosiła blisko 800 tys. egz. W przypadku pism społeczno-kulturalnych można szacować, że kupowało je niespełna 0,4 mln osób.*

*Czasopisma opinii są niezwykle ważnym, lecz stopniowo zanikającym gatunkiem prasy. Z biegiem czasu malały ich nakłady, a obecność na rynku uzależniła się coraz bardziej od różnorodnych kampanii promocyjnych, prowadzonych w mediach elektronicznych, lub ofiarności mecenasów. Tendencję tę próbowano przełamać poprzez coraz większą lapidarność i emocjonalność tekstów, dziennikarstwo śledcze oraz wzbogacanie prasy opinii różnego rodzaju fotografią i ikonografią. Zewnętrzna atrakcyjność prasy opinii przemawiała zwłaszcza do najmłodszych czytelników, którzy nie wiązali się jednak z konkretnym tytułem na stałe. Zjawisko to wydaje się potwierdzać spektakularny, choć krótkotrwały sukces „Newsweeka” i „Przekroju”.*

*Można nadto przypuszczać, że ograniczenie zainteresowania prasą opinii wynikało z rozbudowania magazynowych wydań gazet codziennych. Wiele z nich wydania te wzbogacało tekstami, które wcześniej zwykle umieszczano w tygodnikach, czy miesięcznikach.*

*O trudnej sytuacji prasy opinii przesądzało też jej starzejące się audytorium czytelnicze. Wiele tytułów prasy opinii czytanych było przede wszystkim przez osoby dojrzałe lub w średnim wieku. Dotyczyło to zwłaszcza prasy o wyraźnie określonych sympatiach ideowych, a nawet politycznych, po którą sięgali czytelnicy poszukujący potwierdzenia swych, utrwalonych już, poglądów.*

**SŁOWA KLUCZOWE:** prasa, opinia, kultura.

W *Encyklopedii wiedzy o prasie* interesujące mnie w tym artykule czasopisma są różnie definiowane. Pisze się w niej o czasopismach literackich<sup>1</sup>, prasie społeczno-politycznej<sup>2</sup> oraz prasie opinii. W tym ostatnim przypadku przyjmuje się, że jest 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 amplitudą periodyczności) jest wyraźniej zindywidualizowany pod względem tematycznym i kręgu odbiorców. Do prasy opinii w Polsce można zaliczyć prasę społeczno-polityczną i społeczno-kulturalną”<sup>3</sup>.

Analiza tego czasopiśmiennictwa zazwyczaj znacznie przekracza granice badań prasoznawczych. Zmusza bowiem do odpowiedzi na wiele pytań związanych z funkcjonowaniem kultury narodowej. Badania tego typu nie są moim celem, bowiem ograniczam się do przeglądu podstawowych zjawisk i tendencji zachodzących w prasie opinii po 1989 r. Stawiając sobie takie zadanie jestem w pełni świadom, że sposób zaprezentowania interesującego zjawiska, dobór tytułów prasowych czy też towarzyszące im wartościujące sądy są dyskusyjne i zapewne z biegiem czasu ulegną zmianom.

Czasopisma opinii w różnorodnych zestawieniach statystycznych i katalogach prasy nie są wyodrębniane. Fakt ten nie może budzić zbytniego zdziwienia, albowiem wyróżniki tej prasy nie są zbyt precyzyjne. Jak trafnie zauważył znawca tego problemu „w literaturze są one [czasopisma] określane różnie, także jako literackie lub społeczno-literackie, a czasem też publicystyczne, choć to ostatnie określenie dotyczy raczej periodyków o zdecydowanej przewadze treści politycznych”<sup>4</sup>.

Mówiąc o czasopismach społeczno-politycznych i społeczno-kulturalnych należy pamiętać, że o randze i znaczeniu tych czasopism nie decydują ich nakłady, które poza nielicznymi wyjątkami są raczej niewielkie, czy też liczebność tej grupy (ok. 400 tytułów<sup>5</sup>), ale fakt, iż jest ona mate-

1 Czasopisma literackie to „grupa niejednorodnych typów czasopism treści ogólnej, które się zajmują głównie problematyką literacką i publikują utwory literackie oraz czasopisma treści specjalnej (np. czasopisma naukowe) poświęcone nauce o literaturze. Potocznie uważa się za czasopismo literackie każdy periodyk, w którym systematycznie pojawiają się utwory literackie i rozważane są problemy życia literackiego”. *Encyklopedia wiedzy o prasie*, pod red. J. Maślanki, Wrocław - Warszawa - Kraków - Gdańsk 1976, s. 42.

2 Prasa społeczno-polityczna to „głównie czasopisma (zwłaszcza tygodniki), rzadziej dzienniki, o wyraźnej przewadze problematyki społecznej i politycznej”. *Ibidem*, s. 186.

3 *Ibidem*, s. 179.

4 J. Myśliński, *Tygodniki społeczno-kulturalne – lektura polskiej inteligencji*, „Valeriana Eseje o komunikowaniu między ludźmi”, Kraków 1996, s. 355.

5 Fundacja im. S. Batorego naliczyła 192 czasopisma kulturalne, wyodrębniając w tej grupie m.in.: 72 periodyki o zasięgu ponadregionalnym, 22 czasopisma wydawane przez mniejszości narodowe i 22 czasopisma dotyczące polityki i społeczeństwa. Ignacy S. Fiut szacował w 2000 r. ilość czasopism społeczno-kulturalnych na ok. 400 tytułów. Zob.: *Czasopisma kulturalne w Polsce. Katalog '97-'98*, Warszawa 1997; oraz I. Fiut, *Pisma społeczno-kulturalne w latach 1989 – 2000*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4 z 2000.

rialnym dowodem intelektualnej aktywności Polaków. Interesujące nas czasopisma tworzone są w głównej mierze przez ludzi szeroko rozumianej kultury, a czytają je reprezentanci elit intelektualnych.

Interesująca nas grupa prasy po 1989 r. nie cieszyła się zbyt wielką popularnością. Na dobrą sprawę zaledwie kilka tygodników społeczno-politycznych miało nakłady przekraczające 100 tys. egz. Według zweryfikowanych danych w 2006 r. łączna sprzedaż 7 największych pism społeczno-politycznych wynosiła blisko 800 tys. egz. W przypadku pism społeczno-kulturalnych można szacować, że kupowało je niespełna 0,4 mln osób<sup>6</sup>.

Jednym z najstarszych czasopism społeczno-politycznych jest „Polityka”. Tygodnik ten założono 27 lutego 1957 r. Choć początkowo zakładano, że pismo to stanowić będzie jedynie przeciwwagę dla „Po prostu” z biegiem czasu zyskiwało coraz większą renomę i liczne grono stałych czytelników. Wynikało to m. in. z faktu, że z „Polityką” związało się wielu wybitnych dziennikarzy, a pismem w latach 1958 – 1981 r. kierował nie tylko znakomity redaktor, ale i polityk – Mieczysław F. Rakowski. Gdy objął on stanowisko wicepremiera jego następcą został Jan Bijak, który był redaktorem naczelnym „Polityki” do 1994 r. Kolejnym szefem pisma został Jerzy Baczyński.

Po 1989 r. „Polityka” stała się własnością spółdzielni dziennikarskiej i ten wyjątkowy status udało się jej utrzymać po czasy współczesne. Największe nakłady pismo odnotowało w 1989 r., kiedy to odbijano 426 tys. jego egzemplarzy. W początkach lat 90. gwałtownie traciło czytelników – jego nakład wynosił jedynie 130 tys. egz.

Te negatywne tendencje udało się wyhamować dzięki przekomponowaniu zawartości oraz zmianie szaty graficznej tygodnika. Od numeru 41(2006) z 11 listopada 1995 r. format „Polityki” zmniejszono do A4, wprowadzono kolorową szatę graficzną, znacznie zwiększono ilość zdjęć oraz skrócono długość zamieszczanych tekstów. Na efekty tej operacji nie trzeba było długo czekać. Już w 1995 r. sprzedaż czasopisma wyniosła 157 tys. egz., a sześć lat później – 250 tys. egz. Była to najwyższa sprzedaż, jaką udało się osiągnąć po 1989 r. W 2004 r. przy nakładzie wynoszącym blisko 300 tys. egz. sprzedawano ok. 190 tys. egz. „Polityki”. W 2006 r. sprzedaż pisma wynosiła ok. 168 tys. egz.

Stabilna sytuacja finansowa wydawcy umożliwiła inwestycje. W marcu 2000 r. Spółdzielnia przejęła miesięcznik „Res Publica Nowa”, a w kwietniu 2001 r. tygodnik przedruków z prasy międzynarodowej „Forum”. W tym samym roku redakcja „Polityki” przeniosła się do nowej, własnej siedziby mieszczącej się w wyremontowanej kamienicy przy ul. Słupeckiej.

Tygodnik ma objętość od 106 do 132 kolumn, z czego ok. 30% stanowią reklamy. Pismo podzielone jest na kilka działów: *Raport Polityki, Kraj, Gospodarka, Świat, Kultura, Historia, Nauka i Społeczeństwo*. Wyodrębniono w nim też 9 stałych rubryk zawierających krótkie informacje

6 Wszelkie dane dotyczące nakładów i sprzedaży prasy zaczerpnięto z corocznych Komunikatów Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, [www/ZKDP/pl](http://www/ZKDP/pl)

polityczne, gospodarcze, kulturalne i społeczne. W „Polityce” dominują artykuły, choć można w niej też odnaleźć reportaże (cykl *Na własne oczy*) i felietony pisane przez Ryszarda Marka Grońskiego, Daniela Passenta, Ludwika Stommę i Jerzego Pilcha (do 2006 r.).

W przeciętnym wydaniu „Polityki” publikowanych jest ok. 25 większych materiałów dziennikarskich. Zazwyczaj 30 – 50% ich objętości stanowią ilustracje lub grafiki. Najdłuższy z nich (*Raport Polityki*) nie przekracza 7 stron znormalizowanego maszynopisu.

W redakcyjnej stopce odnaleźć można nazwiska ok. 80 dziennikarzy i współpracowników tygodnika. Przeważają osoby, które trafiły do pisma po 1989 r. (m.in. z „Tygodnika Powszechnego”). Byli jednak i tacy publicyści, którzy z „Polityką” związali się jeszcze w początkach tego pisma: Marian Turski, Daniel Passent, Andrzej K. Wróblewski, Zygmunt Kałużyński (1918 – 2004) czy Kazimierz Koźniewski (1919 – 2005).

Od wielu lat zakres zainteresowań pisma nie ulega istotnym zmianom, a określają go wyżej wymienione rubryki. Niemniej jednak w różnych okresach dziennikarze pisma koncentrowali się na odmiennych zagadnieniach. W początkach lat 90. najchętniej pisano o transformacji sceny politycznej, w połowie tej dekady koncentrowano się na gospodarce, a na przełomie wieków – nauce i kulturze. Ostatnio nieco szerzej podejmowane są kwestie historyczne i społeczne.

„Polityka” ma dość duży wpływ na polską opinię publiczną. Dowodzi tego m. in. fakt, iż zamieszczane są w niej wypowiedzi niemal wszystkich ważniejszych rodzimych i międzynarodowych gwiazd polityki, sportu i kultury. Stała obecność dziennikarzy pisma w mediach elektronicznych przysparza im i „Polityce” znacznej popularności.

Od 1995 r. „Polityka”, wzorem innych pism funkcjonujących w otoczeniu rynkowym, dołącza do wydania głównego różnego rodzaju dodatki. Bywały lata, w których ukazywało się ok. 20 dodatków. Inną formą pozyskiwania czytelników są tzw. Salony Polityki – spotkania czytelników z publicystami pisma i ich gośćmi. Dziennikarze tygodnika chętnie występują w telewizji. Tygodnik współpracuje z ok. 30. stacjami radiowymi nadającymi audycje przygotowane przez redaktorów „Polityki”. Od 1993 r. przyznawane są nagrody kulturalne (Paszporty Polityki), a od 2001 r. stypendia dla młodych naukowców (*Zostańcie z nami*). W znacznie mniejszym stopniu celebrowane były uroczystości związane z wręczaniem najstarszych wyróżnień tygodnika – przyznawanych od 1959 r. nagród historycznych „Polityki”.

Redakcja pisma co pięć lat przeprowadza ankiety czytelnicze. Wynikało z nich, że w połowie lat 90. czytelnicy tygodnika poszukiwali w nim przede wszystkim treści politycznych i społecznych. W kolejnych badaniach zmieniono charakter pytań prosząc czytelników o wskazanie ulubionych rubryk. W 2001 r. czytelnicy pisma preferowali reportaże i felietony, a w 2005 r. – rubryki krótkich wiadomości i felietony.

Z redakcyjnych badań wynikało ponadto, że w 1996 r. czytelnicy tygodnika określali swe poglądy jako lewicowo-centrowe – popierali SLD (42%

wskazań) i Unię Wolności (26%). W 2001 r. preferencje polityczne były bardziej zrównoważone i wynosiły odpowiednio: 37 i 32%.

Czytelnicy „Polityki” byli w większości zamożnymi mieszkańcami dużych miast, przeważali wśród nich mężczyźni. Było to wierne audytorium czytelnicze. W 1996 r. blisko 32% respondentów twierdziło, że czyta „Politykę” ponad 20 lat, w 2001 r. było takich osób ponad 28%, a w 2005 r. – 22%. Jedna trzecia czytelników sięgnęła po pismo po 1995 r., tj. po zmianę jego szaty graficznej.

Czytelnicy wśród swych ulubionych autorów wymieniali: Janinę Paradowską, Ludwika Stommę, Ryszarda Marka Grońskiego, Zygmunta Kałużyńskiego, Jagienkę Wilczak i Marka Ostrowskiego<sup>7</sup>.

Chociaż w badaniach przeprowadzanych przez redakcję brało udział po ok. 7 tys. osób (3-4% ogółu) trudno uznać je za w pełni reprezentatywne, bowiem zazwyczaj uczestniczą w nich najbardziej aktywni czytelnicy. Dlatego też bardziej miarodajne wydają się dane zgromadzone podczas ogólnopolskich badań czytelnictwa. Wynikało z nich, że blisko 60% czytelników „Polityki” posiadało wykształcenie wyższe, a ok. 55% było mężczyznami. Potwierdziły się ponadto informacje o ponadprzeciętnych dochodach czytelników pisma oraz to, że są oni mieszkańcami dużych miast. Czytelnicy „Polityki” chętnie zaglądali też do „Newsweeka” (41%) i „Wprost” (48%)<sup>8</sup>.

Innym wysokonakładowym pismem społeczno-politycznym jest „Wprost”. Pierwszy numer tego poznańskiego, a następnie warszawskiego tygodnika ukazał się w grudniu 1982 r. Pierwotny nakład wynosił tylko 30 tys. egz., ale pismo szybko zyskiwało nowych czytelników. W 1996 r. przy nakładzie wynoszącym 338 tys. egz. sprzedano 238 tys. egz. „Wprost”. Była to najwyższa sprzedaż osiągnięta przez tygodnik. W 2004 r. przy nakładzie ok. 300 tys. egz. sprzedano 168 tys. egz. tego pisma. W 2006 r. sprzedaż wynosiła ok. 145 tys. egz.

W styczniu 1991 r. Komisja Likwidacyjna RSW przyznała tytuł spółdzielni dziennikarskiej. Zastrzeżono jednak, że spółdzielnia winna znaleźć współwydawcę, albowiem dług pisma wynosił 2,6 mld zł. W 1991 r. zawarto porozumienie ze spółką „Rok Corporation” mające na celu wydawanie tygodnika. Porozumienie obowiązywało do 1993 r., kiedy to pismo przejęła Agencja Reklamowo-Wydawnicza „Wprost” będąca własnością Marka Króla (red. nac.) i Lecha Kruszony (dyr. wyd.). Transakcja ta stała się przedmiotem sporu sądowego, „Rok Corporation” poczuł się bowiem oszukany i zażądał odszkodowania w wysokości ok. 4 mln PLN. Zatrzymano nawet na krótko kierownictwo tygodnika zarzucając mu matactwo i chęć oszukania byłych współników. Te bezprecedensowe poczynania prokuratury odbiły się szerokim echem w prasie polskiej i przysporzyły pismu wątpliwego rozgłosu.

7 Dane za: „Polityka” nr 31 z 5.08.1995; nr 35 z 2.09.1995; nr 29 z 20.07.1996; nr 29 z 20.07.1996; nr 13 z 2001 i 41 z 2005.

8 Dodatek do miesięcznika „Press” – „Magazyn Ekstra” 4/2005, s. 8.

Inny, równie poważny, spór sądowy pomiędzy ARW, a Komisją Likwidacyjną RSW zakończył się w 1999 r. W wyniku zawartej ugody za prawo do posiadania tytułu Agencja wypłaciła Komisji 1 mln dolarów.

Wydawnictwo miało już w owym czasie ustabilizowaną i pewną sytuację finansową. Było właścicielem czasopisma „Twój pies”, w latach 2003 – 2005 miesięcznika „Pani”, a w latach 2000 – 2005 dwutygodnika „Business Week”.

Agencją Wydawniczo-Reklamową „Wprost” kierował redaktor naczelny pisma (od 1988 r. do 2006 r.) Marek Król. Funkcje wiceprezesów pełnili zastępca redaktora naczelnego (w 2006 r. red. nac.) Piotr Gabryel i Amadeusz Król. Ten ostatni był też dyrektorem generalnym wydawnictwa. Dyrektorem marketingu była zaś Paulina Król.

Przeciętna objętość „Wprost” wynosi od 112 do 130 kolumn formatu A4. Na strukturę pisma składają się następujące działy: *Polska, Biznes – ludzie – pieniądze, Życie i Historia, Nauka i Zdrowie, Świat i Kultura*. W tygodniku drukowane były też felietony m.in.: Macieja Rybińskiego, Bronisława Wildstaina, Tomasza Nałęcza, Waclawa Wilczyńskiego, Wiesława Kota i Krzysztofa Skiby. W latach 90. pisywali je także: Stanisław Tym, Leszek Balcerowicz i Małgorzata Domagalik. Pismo zamieszcza nadto kilka stałych rubryk krótkich informacji. Ilość reklam, materiałów ilustracyjnych oraz długość tekstów porównywalna jest do proporcji przyjętych przez „Politykę”.

Pismo propagowało przedsiębiorczość oraz kreowało tzw. klasę średnią. Wiele rozgłosu przynosiło mu coroczne zestawienie „100 najbogatszych Polaków” oraz nagrody im. Stefana Kisielewskiego przyznawane w dziedzinie mediów, polityki i biznesu. Tygodnik nadawał też coroczny tytuł „Człowieka roku Wprost”. Tytuł ten przyznawany był zazwyczaj politykom zdobywającym w danym sezonie największy rozgłos.

Według badań zleconych przez redakcję 85% czytelników kupowało „Wprost” regularnie. Pismo miało w miarę młode audytorium czytelnicze; ponad połowa ankietowanych czytelników nie przekroczyła 45 roku życia. W tygodniku interesowały ich zarówno sprawy polskie (86% wskazań), jak i międzynarodowe (83%). „Wprost” postrzegali jako pismo liberalne (42%) i centro-prawicowe (25%), bliskie przede wszystkim UW (53%) i w mniejszym stopniu AWS (11%), zaciekle zwalczające SLD. Wśród najchętniej czytanych autorów wymieniano: Stanisława Tyma, Jerzego Sławomira Maca, Leszka Balcerowicza, Piotra Moszyńskiego, Lecha Falandysza i Małgorzatę Domagalik<sup>9</sup>.

Z ogólnopolskich badań czytelnictwa wiadomo, że pod względem demoskopijnym audytorium czytelnicze „Wprost” jest podobne, choć nieco młodsze, od czytelników „Polityki”.

Trzecim pod względem stażu, polskim tygodnikiem społeczno-politycznym jest „Newsweek”. Pierwszy numer tego tygodnika ukazał się 3 września 2001 r. Jego edycję poprzedziła, tak jak w przypadku innych przed-

9 Redaktorzy czytelniczy, „Wprost” nr 13 z 30.03.1997; zob. też „Press” 3/1996.

siewzięć wydawnictwa Axel Springer, intensywna kompania promocyjna. Szacowano, że na promocję „Newsweeka” w 2001 r. koncern wydał ok. 12 mln zł. Efekty tych działań zaskoczyły nawet wydawcę. Pierwszy numer pisma sprzedano w ilości 400 tys. egz. i zastanawiano się nawet nad jego dodrukiem.

Redaktorem „Newsweeka” został Tomasz Wróblewski, który wcześniej był zastępcą redaktora „Wprost”. W piśmie zatrudniono osoby pracujące uprzednio w tym tygodniku oraz dziennikarzy z „Życia” i „Gazety Wyborczej”.

W pierwszym roku edycji „Newsweek” wychodził w nakładzie 492 tys. egz., z czego sprzedawano 325 tys. egz. W 2002 r. wielkości te wynosiły odpowiednio: 411 i 251 tys. egz. W kolejnych latach zainteresowanie pismem nieco zmalało. W 2004 r. odnotowało ono 330 tys. egz. nakładu i 185 tys. egz. sprzedaży, a w 2006 r. sprzedawano 138 tys. jego egzemplarzy.

Chociaż przypuszczano, że tygodnik nie osiągnie sukcesu wydawniczego utrzymał się na rynku dzięki pozyskaniu nowej grupy młodych czytelników. Po „Newsweek” sięgnęła bowiem młodzież, która wcześniej nie miała kontaktu z czasopismami społeczno-politycznymi. Redaktor naczelny tygodnika szacował, że w 2002 r. było to ok. 150 tys. osób. Przypuszczenia te częściowo potwierdziły kolejne badania czytelnictwa. Wynikało z nich, że „Newsweek” ma blisko 34% czytelników w wieku 15 – 24 lat. „Polityka” i „Wprost” odnotowywały w tej kategorii wiekowej ok. 20% czytelników.

Pismo ma urozmaiconą i barwną szatę graficzną. Można nawet stwierdzić, że to właśnie ono narzuciło innym tygodnikom społeczno-politycznym sposób komponowania numerów, lakoniczność tekstów, sięganie po tematykę związaną z życiem codziennym „społecznych gwiazd” czy też eksponowanie emocjonalnych zdjęć. W „Newsweeku” teksty niezwykle rzadko wykraczają poza objętość dwóch znormalizowanych stron maszynopisu. Dłuższe materiały dziennikarskie wzbogacane są zdjęciami, wykresami, grafiką itp. Zazwyczaj tekst i towarzysząca mu graficzna oprawa mają te same proporcje.

W tygodniku wyodrębniono następujące działy: *Polska, Biznes, Zagranica, Społeczeństwo, Nauka i Kultura*. W piśmie są tylko trzy rubryki krótkich wiadomości: *Peryskop, Laboratorium* i *Karnet Kulturalny*. Wynika to zapewne z syntetycznego traktowania tekstów umieszczanych w innych działach. Brakuje też stałych felietonów.

W grupie pism społeczno-politycznych lokujemy też tygodnik „Nie”. Niezależnie od etykiet, jakie przypina się „Nie” i jego redaktorowi naczelnemu, pismo to, z racji nakładu oraz poruszanej tematyki, pełniło ważne funkcje informacyjne i polityczne. Pomysł powołania satyrycznego tygodnika politycznego zrodził się jesienią 1990 r. Pismo tworzyli dziennikarze, którzy po 1989 r. przyjęli jednoznaczną postawę polityczną i w nowym piśmie szukali szansy na sukces zawodowy i ekonomiczny: Jerzy Urban, Marek Barański, Ewa Adamczewska, Zbysław Rykowski, Stanisław Pelczar, Henryk Schultz, Przemysław Ćwikliński, Dariusz Cychol, Dorota Lipińska i Grzegorz Dymarski. P. Gadzinowski, wspominając początki „Nie” napisał: *„jak będzie wyglądał nowy tygodnik chyba nikt, nawet J. Ur-*



*ban, nie miał sprecyzowanego pojęcia*<sup>10</sup>. Ostatecznie przyjęto koncepcję, że czasopismo będzie wzorowane na francuskim „Le Canard Enchaîné”. Przyznawano się też do inspiracji płynących z innego francuskiego pisma satyrycznego „Harakiri”.

Tygodnik „Nie” powstał jako zaprzeczenie nowej polskiej rzeczywistości. Był krytyczny wobec nowych władz, od pierwszych swych dni atakował Lecha Wałęsę, Kościół katolicki, księży. Ukazywał różnego rodzaju malwersacje i nadużycia towarzyszące procesowi transformacji, odwoływał się do społecznej frustracji i obaw przed nieznanym oraz szerzył antyklerykalizm. Odrzucił wszelkie tradycje polskich pism satyrycznych. Operował dosadnym, wulgarnym językiem oraz obscenicznym humorem i grafiką.

Właścicielem tygodnika był J. Urban, a jako wydawca występowała sp. z o.o. „Urma”, która w początkach lat 90. była także współwydawcą miesięcznika „Dziś”. Środki na uruchomienie tygodnika redaktor naczelny zdobył dzięki ogromnemu powodzeniu swej nieco plotkarskiej książki „Alfabet Urbana”. Pożyczył też od RSW papier na pierwsze numery pisma<sup>11</sup>. „Nie” rozpoczęło swą działalność od 100-tysięcznego nakładu i początkowo notowało 30 tys. egz. zwrotów. Po 3 miesiącach osiągnięto nakład ok. 300 tys. egz., a procesy sądowe, jakie wytoczono pismu, przysporzyły mu jedynie popularności tak, że w 1995 r. osiągnęło ono nakład 730 tys. egz. Była to górna granica popularności tygodnika. W kolejnych latach nakłady i sprzedaż pisma sukcesywnie malały. W 2001 r. zweryfikowany nakład „Nie” wynosił 496 tys. egz., a sprzedaż 265 tys. egz. W 2004 r. wielkości te wynosiły odpowiednio: 287 i 127 tys. egz.

„Nie” często i wszechstronnie analizowało zakres swego oddziaływania, badało audytorium czytelnicze i szukało możliwości rozwoju. Dzięki tym sondażom wiadomo, że w swym najlepszym okresie tygodnik był czytany przez ok. 2,4 mln osób, a struktura społeczna audytorium w zasadzie odpowiadała przeciętnym socjologicznym parametrom polskiego społeczeństwa. Badania czytelnictwa prasy z 2005 r. wykazały jednak, że audytorium czytelnicze pisma znacznie się postarzało. Ponad 55% czytelników pisma przekroczyło 45 rok życia. Zaskakująco liczni byli też czytelnicy mieszkających na wsi – było ich blisko 25%.

Dziennikarze tego pisma wielokrotnie podkreślali, że choć reprezentanci polskich władz państwowych i parlamentarzyści nie przyznają się do lektury „Nie”, to zarówno z ich wypowiedzi, jak i słownictwa wynika jednoznacznie, że pismo J. Urbana jest przez nich wnikliwie czytane.

Z okazji swego pięciolecia „Nie” przeprowadziło ankietę czytelniczą, na którą odpowiedziało 4,7 tys. osób. Większość z nich stwierdziła, że czyta tygodnik niemal w całości. Najwyżej ceniono artykuły P. Gadzinowskiego, D. Cychola, J. Urbana, M. Barańskiego, D. Lipińskiej. Większość czytelników była zadowolona z pisma i nie widziała potrzeby modyfikowania jego zawartości. Najczęściej zgłaszanym mankamentem była nato-

10 P. Gadzinowski, Tygodnik „Nie” (1993), Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa, t. 24, s. 162.

11 *On. Z Jerzym Urbanem rozmawia Teresa Torańska*, „Duży Format” nr z 12.12.2002.

miast zbyt mała liczba materiałów poświęconych tzw. „sferze budżetowej” – szkolnictwu, służbie zdrowia itp. Czytelnicy domagali się też, by pismo ograniczyło swe wulgarne słownictwo, albowiem przekleństwa używane są w nim bez umiaru i często bez większego uzasadnienia.

J. Urban, podsumowując ankietę, stwierdził, że „Nie” celowo ma prowincjonalny, tj. polski charakter. Tematyka międzynarodowa traktowana jest w nim marginalnie, albowiem zazwyczaj nie interesuje ona czytelników. Dobitnie podkreślał, że „Nie” odcina się od związków z SLD, a wobec tego ugrupowania politycznego „uprawiamy rzeczową krytykę”<sup>12</sup>. Redaktor naczelny dodał, że „*Inne czasopisma i gazety twierdzą obłudnie, że są obiektywne. Jesteśmy pismem stronnictwym, lewicowym, choć irytującym dla liderów SLD*”. Stwierdził ponadto, że w momencie powoływania „Nie” przypuszczał, iż będzie to tygodnik polityczny o charakterze satyrycznym, czasopismo wesołe i pełne wygłupów. „*Ewolucja poszła w innym kierunku – jesteśmy czasopismem faktów, może nawet smutnym ze względu na wymowę tego, o czym piszemy*”.

Powodzenie tygodnika „Nie” w pewnym sensie tłumaczyło kłopoty innego czasopisma o lewicowej orientacji – „Przeglądu Tygodniowego”. Tygodnik ten powstał w 1982 r., ale później zniknął z rynku prasowego, by powrócić z początkiem 1994 r. Po wydaniu zaledwie 5 numerów „Przegląd” kolejny raz został zawieszony. Pismo zostało wznowione 13 stycznia 1995 r. Jako wydawca występowała sp. z o.o. Agencja Form Artystycznych „Tymoteusz” (PHZ „Uniwersal”). „Przegląd” redagowała Helena Kowalik-Ciemniewska, a następnie Jerzy Domański. Początkowo pismo odbijano – jak deklarował wydawca – w nakładzie 50 tys. egz. Najwyższy nakład „Przegląd” osiągnął w 2001 r. – 152 tys. egz., z czego sprzedawano 59 tys. egz. Później jednak nakład i sprzedaż pisma malała. W 2004 r. wynosiła odpowiednio: 108 i 38 tys. egz. W 2006 r. sprzedaż wynosiła ok. 33 tys. egz.

Najliczniejszą grupą czytelników tygodnika stanowiły osoby w wieku powyżej 54 lat – 36%. Tak jak w przypadku czytelników innych pism o orientacji lewicowej w zasadzie ograniczali oni swą lekturę do jednego tytułu prasy opinii.

Niepowodzeniem zakończyła się natomiast inicjatywa wydawania innego lewicowego tygodnika „Fakty”. Pierwszy numer tego pisma pojawił się w lutym 1997 r. w nakładzie 200 tys. egz. Tygodnik ten w pewnym sensie wzorował swą szatę graficzną na magazynie popularnonaukowym „Focus”<sup>13</sup>, ale miał charakter społeczno-polityczny i zamierzał konkurować z „Polityką” i „Wprost”. Wydawcą pisma była Sp. z o.o. „Post Scriptum”, założona przez działacza SdRP Leszka Millera. Początkowo w jej skład wchodził Skarb Państwa (17% udziałów) oraz „Węglokoks” i „Ciech”. Wobec ataków, jakie spadły na wydawcę, struktura spółki szybko uległa zmianie. W maju 1997 r. Skarb Państwa sprzedał swe udziały, a do spółki weszły inne prywatne przedsiębiorstwa branży chemiczno-paliwowej.

<sup>12</sup> *Od Urbana*, „Nie” nr 47 z 23.11.1995.

<sup>13</sup> Polskie wydanie tego pisma (deklarowany nakł. 208 tys. egz.) ukazuje się od 27.09.1995. Wydawcą magazynu jest niemiecki koncern Gruner + Jahr.

Redaktor naczelny A. Howzan deklarował, że pismo nie zwiąże się z żadną partią polityczną, a „Fakty” *„z woli właścicieli-udziałowców spółki Post Scriptum zajmą pozycję neutralną politycznie”*. Odżegnywano się nawet od treści politycznych gdyż *„tylko 9% Polaków deklaruje żywe zainteresowanie polityką”*<sup>14</sup>. Mimo to konkurencyjne tygodniki i prasa codzienna doszukiwały się tych związków, przypominając, że zespół redakcyjny składał się głównie z dziennikarzy wywodzących się z „Przeglądu Tygodniowego”, a A. Howzan pełnił ważne funkcje w PZPR<sup>15</sup>.

„Fakty” wychodziły pomiędzy lutym 1997 r. i marcem 1998 r. w nakładzie ok. 200 tys. egz., z czego sprzedano 50 – 70 tys. egz. Pismo było deficytowe. Gdy władzę przejął AWS tygodnik pozbawiony wsparcia Skarbu Państwa został zlikwidowany<sup>16</sup>.

Innym pismem społeczno-politycznym otwarcie akcentującym swe sympatie ideowe był „Ozon”. 21 kwietnia 2005 r. tygodnik ten powołało kilka polskich podmiotów gospodarczych. Początkowo zakładano, że nowe pismo będzie miało neutralny charakter ideowo-polityczny i unikać będzie relacjonowania politycznych i ekonomicznych afer związanych z funkcjonowaniem polskiej gospodarki i sceny politycznej.

Prezesem spółki wydawniczej został Jan Dybczyński, a redaktorem naczelnym Dariusz Rosiak. Pierwsze numery „Ozonu” wydano w nakładzie ok. 500 tys. egz., lecz sprzedano ich po ok. 70 tys. egz. Po wydaniu 13 numerów pisma zmieniono kierownictwo redakcji. Prezesem wydawnictwa został Michał Jeżewski, a redaktorem pisma wywodzący się z „Frondy” Grzegorz Górny.

Jak stwierdzili nowi redaktorzy, tym razem pismo miało być adresowane do młodzieży z tzw. pokolenia Jana Pawła II. Pojawiły się w nim teksty m.in. Roberta Tekieli i Jadwigi Sztaniszkis. Tygodnik przybrał charakter centro-prawicowy. Mimo to „Ozon” nie osiągnął sukcesu wydawniczego. Choć na jego uruchomienie i kampanię promocyjną wydano ponoć ok. 25 mln zł „Ozon” zniknął z rynku prasowego w lipcu 2006 r. Jego ostatnie numery znajdowały ok. 40 tys. nabywców.

Do współczesnych pism społeczno-politycznych wypada też zaliczyć tygodnik „Przekrój”. Pismo to pojawiło się już w 1947 r. Redagowano je w Krakowie, a z biegiem czasu stało się jednym z najciekawszych i najchętniej czytanych magazynów społeczno-kulturalnych epoki PRL, który w latach 70. sprzedawał ok. 700 tys. swych egzemplarzy<sup>17</sup>. Po 1989 r. „Przekrój” gwałtownie zaczął tracić czytelników. Początkowo tygodnik był własnością spółdzielni dziennikarskiej. W listopadzie 1994 r. 40% jego udziałów nabyła Orkla Media<sup>18</sup>. Choć podjęto próby zmiany szaty graficznej i modyfikacji zawartości tygodnika, „Przekrój” przy nakładzie ok.

14 A. Howzan, *Drodzy Czytelnicy: Dajemy Wam „Fakty”, niech bronią się same*, „Fakty” nr 1 z 27.02.1997.

15 „Rzeczpospolita” nr 50 z 28.02.1997; G. Lindenberg, *Fakty w Gaciach*, „Press” nr 3 z 1997; *Nagie Fakty*, „Wprost” nr 12 z 23.03.1997.

16 Mariusz Janicki, *Nagie Fakty*, „Polityka” nr 16 z 1998.

17 Szerzej o dziejach „Przekroju” w: Andrzej Klominek, *Życie w „Przekroju”*, Warszawa 1995.

18 Władysław Marek Kolasa, *Prasa Krakowa w dekadzie przemian*, Kraków 2004, s. 183-189.

75 tys. egz. kupowało tylko ok. 50 tys. osób. Dlatego też w 1998 r. Orkla rozpoczęła poszukiwania kupca na swe udziały. Pismem zainteresowała się Spółdzielnia Dziennikarska „Polityka” lecz udziały trafiły w ręce krakowskiego biznesmena Grzegorza Hajdarowicza. Decyzję tę oprotestowała spółdzielnia dziennikarska „Przekroju”. Po kilkumiesięcznym sporze wszystkie udziały pisma ponownie trafiły w ręce dziennikarzy.

W grudniu 1999 r. zadłużony „Przekrój” stał się własnością Michała Sołowowa. W sierpniu 2001 r. sprzedał on swe udziały szwajcarskiemu koncernowi Edipresse Polska. Choć w owym czasie pismo miało kilku redaktorów naczelnych nie spowodowało to istotnej zmiany jego formuły. Zapatrzone w swą przeszłość hołdowało starej formule wydawniczej i znajdowało się na marginesie interesującego nas segmentu prasy.

Istotnych zmian w „Przekroju” dokonano dopiero w 2002 r. Pismo zostało przeniesione do Warszawy, z tygodnika społeczno-kulturalnego zostało przekształcone w periodyk społeczno-polityczny. Intensywna kampania promocyjna, w której istotną rolę odegrał wizerunek nowego redaktora naczelnego Piotra Najsztaba, przyczyniła się do znacznego wzrostu nakładu i sprzedaży tygodnika. W 2004 r. wychodził on w nakładzie 182 tys. egz., z czego sprzedawano 103 tys. egz. W 2006 r. sprzedawano już tylko ok. 60 tys. egz. „Przekroju”.

Do interesującej nas grupy prasy zaliczało się też kilkanaście niskonakładowych czasopism społeczno-politycznych wydawanych przede wszystkim przez niewielkie wydawnictwa lub organizacje pozarządowe. Czasopisma też zwykle nie zamieszczają reklam, a utrzymują się dzięki sprzedaży egzemplarzowej i subsydiom osób prywatnych. Przeciętne nakłady tych pism wynoszą ok. 3 tys. egz., a sprzedaż – ok. 2 tys. egz.

Najstarsze w tej grupie są dwa miesięczniki katolickie: „Znak” i „Więź”. „Znak” założono w 1946 r. Pismem po 1989 r. kierowali: Stefan Wilkanowicz, Jarosław Gowin, Hanna Malewska i Michał Bardel. W latach 1989 – 1993 „Znak” wychodził w nakładzie 5 tys., a w późniejszym okresie 3 tys. egz.

Intencją miesięcznika było zajmowanie pozycji „absolutnie ponadpolitycznej” oraz programowa obrona kultury elitarnej. Pismo powoływało się na koncepcje tzw. katolicyzmu otwartego, przywiązane do ideałów Kościoła posoborowego. Chciało być miejscem spotkań ludzi różnie myślących o sprawach wiary, sprawach stosunku Kościoła do nowoczesności. Pod kierownictwem J. Gowina miesięcznik odszedł od tematyki społeczno-politycznej, która kiedyś była jego silnym atutem<sup>19</sup>.

Pismo, choć miało w swej nazwie przymiotnik „katolickie”, nigdy nie miało asystenta kościelnego. Czuło się jednak bardzo silnie związane z Kościołem, szukało form poszerzenia jego wpływów m.in. poprzez „nową ewangelizację”. „Znak” czytany było przede wszystkim w dużych ośrodkach miejskich, w tym przez studiującą młodzież.

19 B. Wildstein, Można bronić kultury elitarnej, stawiać trudne pytania, i mimo wszystko, utrzymać się na wolnym rynku. Rozmowa z Jarosławem Gowinem, redaktorem naczelnym miesięcznika „Znak”, „Niedziela” (dodatek do „Życia Warszawy”) nr z 27-28.04.1996.

Pierwszy numer „Więzi” ukazał się w 1958 r. Pismo w owym czasie redagował Tadeusz Mazowiecki. Współczesna „Więź”, choć czuje się związana z „Solidarnością” nie utożsamia się z żadnym ugrupowaniem politycznym. W miesięczniku podejmowane są kwestie polityki, religii i kultury. Pismo wychodziło w nakładzie 3 tys. egz.; redagował je Zbigniew Nosowski.

W miarę bogate tradycje wydawnicze miała też „Res Publica (Nowa)”. Pierwotnie było to pismo konspiracyjne zalegalizowane już w czerwcu 1987 r. Pierwszy numer miesięcznika ukazał się w 1979 r. Ideowe korzenie pisma wyrastały z seminarium Jerzego Jedlickiego, ale „*Mistrzem, chyba jedynym, był Stefan Kisielewski*”.<sup>20</sup> Jeszcze w 1981 r. podjęto rozmowy, aby „Res Publicę” wydawać legalnie w ramach grupy „Znaku”. Po wprowadzeniu stanu wojennego z oczywistych względów pomysł ten zarzucono, ale do negocjacji z władzami powrócono w 1984 r. W skład 30-osobowego zespołu redakcyjnego legalnego już miesięcznika weszli m.in.: Grzegorz Białkowski, Jan Błoński, Paweł Hertz, Jerzy Jedlicki, Mieczysław Pszon, Emanuel Roztworowski, Stanisław Stomma i Jerzy Szacki. Pismo w owym czasie święciło swe największe triumfy, a jego nakład wynosił 25 tys. egzemplarzy<sup>21</sup>. Pod koniec 1989 r. redakcja została zmuszona do łączenia numerów, gdyż „Res Publica” „nie wytrzymała zderzenia z prawami rynku”<sup>22</sup>.

Od 1993 r. pismo, już jako „Res Publica Nowa”, było wydawane przez Fundację Stefana Batorego, a jego nakład wynosił w 1997 r. 4 tys. egzemplarzy. W skład zespołu redakcyjnego wchodził: Marcin Król (red. nacz.), Wiktor Dłuski, Damian Kalabarczyk i Maciej Tański.

Jak już wiemy od marca 2000 r. pismo przejęła Spółdzielnia „Polityka”. We wrześniu „Res Publica Nowa” przekształcona została w kwartalnik wychodzący w nakładzie 3,5 tys. egz.

„Res Publica” proponowała formułę pisma społeczno-politycznego i kulturalnego, co w pewnym sensie odzwierciedlane było przez jej stałe rubryki: *Miasto, Książki jutra, Korespondencje, Sztuka i Życie, Warszawski przegląd książek, Z prasy, Szkoła eseju, Varia i Do Redakcji*. Pismo stroniło raczej od filiacji politycznych, a jego ideowe inspiracje określano jako konserwatywno-liberalno-demokratyczne.

Jednoznacznie pod względem ideowym prezentowały się natomiast konserwatywne krakowskie pisma społeczno-polityczne: „Arka” i „Arcana”. Dwumiesięcznik „Arka” wychodzący z podtytułem „literatura – historia – polityka” powstał w 1983 r., a ukazywał się do połowy 1996 r. Jego edycją zajmowało się wydawnictwo o tej samej nazwie utworzone przez Jana Polkowskiego, które to w marcu 1990 r. założyło dziennik „Czas Krakowski”. W październiku 1994 r. w „Arce” doszło do rozłamu. Niemal cały zespół opuścił redakcję i założył inne wydawnictwo pn. „Arcana”. Od numeru 5/6 z 1995 r. „Arkę” redagowali: Wojciech Borek, Andrzej Chwałba (red. nacz.) Krzysztof Kopczyński, Łukasz Plesnar (z-ca red. nacz.), Hen-

20 „Res Publica Nowa”, nr jubileuszowy wyd. z okazji 10-lecia pisma.

21 „Rzeczpospolita” nr 26 z 31.01.1997.

22 Ibidem.

ryk Sułek, Ryszard Terlecki, Andrzej Urbański i Anna Zechenter. Redakcja, tłumacząc rewolucję kadrową, jaka zaszła w „Arce”, stwierdziła, że nie miało to istotnego wpływu na ideową linię pisma. *„Arka” – jak stwierdzono – jest pismem konserwatywnym, niepodległościowym i nieprzychylnym „zabytkom komunizmu”*<sup>23</sup>.

W styczniu 1995 r. ukazał się pierwszy numer dwumiesięcznika „Arcana” wydawanego z podtytułem „Kultura – historia – polityka”. Pismo to było redagowane przez zespół „Arki” z lat 1990 – 1994: Zuzannę Dawidowicz, Elżbietę Morawiec, Andrzeja Nowaka (red. nacz.), Jana Prokopa, Wiesława Pawła Szymańskiego, Macieja Urbanowskiego i Andrzeja Waśko (z-ca red. nacz.). Według deklaracji zespołu redakcyjnego na łamach „Arcany”: *„chcemy nadal poszukiwać dróg wyjścia z kryzysu, jaki sprowadził na Polskę najpierw komunizm, a następnie fałszywa formuła jego transformacji realizowana w latach 1988 – 1993. [...] Wiemy dziś dokładniej niż w 1989 roku, kto jest kim...”*<sup>24</sup>.

Krakowskie konserwatywne pisma wydawano w nakładzie po 2 tys. egz.

Opcję lewicową prezentuje natomiast miesięcznik „Dziś. Przegląd Społeczny”. Miesięcznik ten wychodzi od października 1990 r., a redagowany jest przez Mieczysława F. Rakowskiego. Pierwotnie pismo było wydawane sp. z o.o. „Kier” – uprzedniego wydawcę „Nie”. Miesięcznik edytowany jest obecnie przez Wydawnictwo Dziś – Mieczysław Rakowski. Jego nakład wynosi ok. 4 tys. egz.

Do omawianej grupy należy zaliczyć „Debatę” redagowaną m.in.: przez Wiesława Walendziaka, lewicowo-liberalną „Krytykę Polityczną”, „zdroworozsądkowy” – jak to sama się określiła redakcja – „Magazyn Obywatel”, liberalno-konserwatywny „Najwyższy Czas” (nakład 30 tys. egz., sprzedaż 15 tys. egz.), konserwatywno-prawicowe „Nowe Państwo”, „Opcję na Prawo”, „Pismo Poświęcone Fronda” i liberalny kwartalnik „Przegląd Polityczny”.

Nieco większe nakłady miała „Gazeta Polska”. Ten ukazujący się od 1993 r. tygodnik wychodził w ilości ok. 50 tys. egz., z czego sprzedawano ok. 20 tys. egz. Jeszcze mniejszy zakres oddziaływania miał „Tygodnik Solidarność”. Przypomnijmy, że pierwsze numery tego pisma wydawano w nakładzie 0,5 mln egz. w 1981 r. W czasach nam współczesnych nakłady „Tygodnika Solidarność” wynosiły tylko 20 tys. egz., z czego sprzedawano połowę.

Jak pamiętamy do prasy opinii zaliczone zostały także czasopisma społeczno-kulturalne. Za najbardziej reprezentatywny dla tej grupy uznać trzeba „Tygodnik Powszechny”. Tygodnik ten powstał w 1945 r. W epoce PRL odgrywał istotną rolę opiniotwórczą. Skupiał znakomite grono redaktorskie, którego skład uległ znacznemu poszerzeniu po wprowadzeniu stanu wojennego.

Na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych związani z „Tygodnikiem”: Jerzy Turowicz, Krzysztof Kozłowski, Stefan Kisielewski, Sta-

23 *Droży Czytelnicy*, „Arka” nr 53/54 z 1994.

24 „Arcana” nr 1 z 1995, s. 1.

niśław Stomma i Jacek Woźniakowski współtworzyli Komitet Obywatelski przy Lechu Wałęsie. Do parlamentu weszli: Józefa Hennelowa, Krzysztof Kozłowski i Stanisław Stomma. Krzysztof Kozłowski został wkrótce ministrem spraw wewnętrznych, a Władysław Bartoszewski – ministrem spraw zagranicznych. Andrzej Drawicz – w „Tygodniku” ekspert od spraw rosyjskich – został prezesem Radiokomitetu, Jacek Woźniakowski – prezydentem Krakowa, a Ernest Skalski – wiceszefem „Gazety Wyborczej”.

Triumf pisma był jednak krótkotrwały. Wybory prezydenckie z 1990 r. i „wojna na górze” doprowadziły do konfliktów w obozie „Solidarności”. Niektórzy politycy reprezentujący ten obóz, z inspiracji J. Turowicza, utworzyli w Krakowie Sojusz na Rzecz Demokracji, z którego wyłoniła się Unia Demokratyczna, a później Unia Wolności. W roku „wojny na górze”, który nie tylko ze względów politycznych był dramatyczny dla całej polskiej prasy, nakład pisma spadał lawinowo. Z początkowych 100 tys. egz. udało się uratować zaledwie 30 tys. egz. Pismo znalazło się w nowej sytuacji i musiało jej sprostać. Zespół redakcyjny zasilili nowi ludzie<sup>25</sup>. Podjęto też działania zmierzające do urynkowania działalności katolickiego tygodnika. W 1994 r. Społeczny Instytut Wydawniczy „Znak” – wydawca „Tygodnika Powszechnego” – wszedł w spółkę *joint venture* z trzema największymi katolickimi wydawnictwami z Francji. „Bayard Press”, Des Publications de la Vie Catholique i Ouest France wykupiły 40% udziałów pisma, co pozwoliło zmodernizować redakcję oraz podjąć akcję promocyjną pisma. Mimo to jego nakłady nie uległy istotnemu powiększeniu. Po 1994 r. „Tygodnik” wychodził w nakładzie 35-40 tys. egz., z czego udało się sprzedawać połowę.

Ponad 60% czytelników „Tygodnika” stanowiły kobiety. Dominowały osoby w wieku powyżej 55 lat (45%), o wyższym wykształceniu (60%), mieszkańcy miast o średnich dochodach.

Jak stwierdził J. Żakowski, „Tygodnik Powszechny” *wyrósł z tradycji lewicowo-liberalnej, antykomunistycznej oraz katolickiej i personalistycznej. Przed 1989 r. zawsze jawił się jako pismo negujące poczynania władz, co podkreślili już w 1950 r. S. Stomma i J. Turowicz, pisząc, „ideał socjalistyczny nie jest naszym ideałem”*<sup>26</sup>. Nie brakło im też odwagi głoszenia opinii niepopularnych wśród środowisk opozycyjnych, nawoływania dla rozsądku i rozwagi, organicznej pracy dla państwa i narodu.

Po 1989 r. pismo J. Turowicza zamierzało „*pogłębiać mentalność polskiego katolicyzmu*”, choć miało świadomość, że „*przepaść, jaka dzieli TP od, powiedzmy, Radia Maryja, jest trudna do pokonania*”. Jak już wspomniano „Tygodnik” przyznawał się do bliskich kontaktów z UW, walczył z „koalicją postkomunistyczną”, ale też nie opowiadał się za ZChN<sup>27</sup>.

25 Byli to m.in. twórcy „Brulionu”: Andrzej Stasiuk, Marcin Baran, Marcin Sendeki, Artur Szlosarek i Marcin Świetlicki.

26 S. Stomma, J. Turowicz, *Katolicy w Polsce Ludowej*, „Tygodnik Powszechny” nr 50 z 1950.

27 Co jest dla nas najważniejsze. Mówi Jerzy Turowicz, redaktor naczelny „Tygodnika Powszechnego”, „Press” nr 1 z 1997, s. 27.

Ideowa linia pisma nie zawsze zjednywała mu sojuszników. Po 1989 r. zaczął wzbudzać kontrowersje nawet wśród środowisk katolickich. Ich wątpliwości najprecyzyjniej określił, współpracujący z „Tygodnikiem Powszechnym” już od 1949 r., Karol Wojtyła – Jan Paweł II<sup>28</sup>. W liście skierowanym do J. Turowicza z okazji 50-lecia pisma Papież napisał m.in., że „Kościół nie czuł się [przez pismo] dość miłowany”<sup>29</sup>.

Po śmierci J. Turowicza (1999 r.) redaktorem naczelnym pisma został ks. Adam Boniecki. Pod jego kierownictwem profil pisma nie uległ istotnym zmianom, chociaż odeszli z niego m. in. Jerzy Pilch, Adam Szostkiewicz, Marcin Świetlicki, czy też Krzysztof Burnetko. Choć w 2001 r. „Tygodnik” unowocześnił szatę graficzną i wprowadził nieco więcej zdjęć nadal pozostawał katolickim pismem społeczno-kulturalnym, tj. periodykiem przeznaczonym dla niewielkiej, elitarnej grupy odbiorców<sup>30</sup>.

Zmiana systemu społeczno-politycznego podważyła egzystencję tzw. „starych” tytułów społeczno-kulturalnych. Prasa ta w latach Polski Ludowej pełniła głównie funkcje ideologiczno-propagandowe. Dlatego też po 1989 r. jej losy były zagrożone i większość tzw. „starych” tytułów szybko uległa likwidacji. Stało się tak m.in. „Tygodnikiem Kulturalnym”, którego edytorem było Wydawnictwo Ludowe.

„Tygodnik Kulturalny” w ostatnich miesiącach swej egzystencji zajmował się głównie problematyką historyczną. Publikowano w nim materiały dotyczące radzieckiego i polskiego stalinizmu, wspomnienia dowódców Armii Krajowej, relacje pułkownika Kuklińskiego itp. W końcu 1989 r. pismo redagowane przez Stanisława Marata<sup>31</sup> popadło w poważne kłopoty finansowe. Wydawca, tłumacząc się gwałtownym wzrostem cen papieru i druku, zamknął tygodnik 11 lutego 1990 r. Zespół redakcyjny powołał sp. z o.o. „Libra”, która zamierzała wydawać „Tygodnik Impuls” lub „Tydzień”, ale planów tych nie udało się im zrealizować.

Podobnie potoczyły się losy „Życia Literackiego”. Tygodnik Władysława Machejka w ostatnim okresie swej działalności także skoncentrował się na zagadnieniach historycznych. Choć w pierwszym kwartale 1990 r. udało się zebrać prenumeratę od 12 tys. czytelników, wydawca zakończył edycję „Życia Literackiego” 4 lutego 1990 r. na 5(1976) numerze pisma.

Likwidacja tych pism zmusiła dziennikarzy i twórców utożsamianych z PRL do milczenia bądź też publikowania w prasie informacyjno-politycznej. Sytuacja ta uległa zmianie po 1993 r. Władzę przejęła koalicja SLD - PSL, a co za tym idzie powstały możliwości zrekonstruowania prasy związanej z tym środowiskiem. Tak też odczytano powołanie nowego pisma społeczno-kulturalnego pt. „Wiadomości Kulturalne”.

28 Szerzej o tej współpracy w: Karol Wojtyła i „Tygodnik Powszechny”, „Gazeta Wyborcza” nr z 16/17.05.1997.

29. List Jana Pawła II do Jerzego Turowicza, cyt. za „Magazyn Gazety Wyborczej” nr z 2.06.1995.

30 Szerzej o ewolucji ideowej pisma po 1989 r. w: K. Burnetko, A. Szostkiewicz, *Małowierni?*, „Polityka” nr 42 z 2005.

31 W skład zespołu redakcyjnego wchodził ponadto m.in.: Gabriel Majchert, Stefan Soska, Małgorzata Lipińska. W piśmie swe felietony помещали m.in. Andrzej Oseka i Michał Radgowski.



Pojawieniu się pierwszego numeru „Wiadomości Kulturalnych” towarzyszyła atmosfera skandalu. Pismo to utworzyły osoby, które różnie przyjmowano w środowiskach literacko-artystycznych dominujących po 1989 r. Trudno było bowiem nie dostrzec roli, jaką Krzysztof Teodor Toeplitz (red. nacz.), Zygmunt Broniarek, Kazimierz Koźniewski czy też Zygmunt Kałużyński odegrali w latach Polski Ludowej w kształtowaniu czasopiśmiennictwa społeczno-kulturalnego. W piśmie zamieszczali swe teksty m.in.: Andrzej Drawicz, Andrzej Micewski, Jerzy Wiatr i Aleksander Małachowski. Dlatego też już od początku swej działalności „Wiadomości Kulturalne” świadomie i konsekwentnie szły „*pod prąd wielu postaw i zachowań*”<sup>32</sup>.

Pierwszy numer pisma wydano 29 maja 1994 r. Tygodnik w dużej mierze mógł się ukazać dzięki dotacjom państwowym. Minister Kultury i Sztuki Kazimierz Dejmek w latach 1994-1995 wyasygnował 2,2 mln zł, a do początków 1998 r., tj. do dnia zlikwidowania pisma, ogólna dotacja wyniosła blisko 4 mln zł<sup>33</sup>. Początkowo tygodnik odbijano w nakładzie 50 tys. egz., ale jak uważało „Życie Warszawy”, sprzedaż wynosiła zaledwie 20-30 % (10-16 tys. egz.)<sup>34</sup>. W 1997 r. nakład wynosił 20 tys. egz., a zwroty ok. 40%. Edytorem pisma było Towarzystwo Wydawnicze i Literackie sp. z o.o. Spółka ta wydawała ponadto miesięcznik sportowy pt. „Ślizg” oraz „Modę Skórzaną”.

Według zamierzeń redakcji ideowa linia „Wiadomości Kulturalnych” nie miała się sprowadzać tylko do wyzwań politycznych. Wręcz przeciwnie, zamierzano przeciwstawiać się m.in. reklamowemu sloganowi: „*To, co lubię, to rozrywka, krótkie, jasne informacje; lubię, że mnie nie poucza – „Super Express”, mój przyjaciel!*”<sup>35</sup>. „Wiadomości Kulturalne”, adresowane nie tylko do twórców, ale też „*ludzi pracy najemnej*”, powracały do odwiecznego dylematu „*mieć czy być?*” oraz opowiadały się za sprawiedliwością społeczną<sup>36</sup>.

„Wiadomości Kulturalne” miały stały układ działów i rubryk. Zaliczały się do nich: *Przegląd prasy, Czytelnia pism literackich, Kuchnia polska, Teatr, Muzyka, Plastyka, Media, Pop, Książki, Archiwum, Wywiad* i in. Pismo reprodukowało też wiele dzieł polskich plastyków. Jak zatem widzimy układ i zawartość pisma nawiązywały do starych i, jakby mogło się wydawać, sprawdzonych kanonów pism społeczno-literackich.

Mimo to krąg czytelników pisma był niewielki. Według ankiety czytelniczej, którą „Wiadomości Kulturalne” przeprowadziły w lipcu 1995 r., była to grupa zróżnicowana, ale dość zaawansowana wiekowo. Spośród 381 osób, które odpowiedziały na ankietę 21% nie ukończyło 20 lat, 22%

32 *Kultura: Upadek czy zmiana?* „Wiadomości Kulturalne” nr 22/53 z 28.05.1995, s. 1.

33 B. Chmiel, K. Dunin, *Pani mi się nie podoba*, „Gazeta Wyborcza” nr z 24.06.1997. Tylko w 1994 r. Ministerstwo Kultury i Sztuki dotowało 92 pisma na łączną kwotę 5 mln zł, a w 1996 r. było tych pism 115. Zob. też. K. Witkowski, *Wady wrodzone*, „Gazeta Wyborcza” nr z 27.06.1997.

34 „Życie Warszawy” nry z 4.08.1995 i 19.01.1996.

35 Cyt. za: *Kultura: Upadek czy zmiana?*

36. Ibidem, s. 1.

nie przekroczyło 40 lat, 15% mieściło się w przedziale 40-50 lat, 42% było w wieku powyżej 50 lat. Większość czytelników pisma legitymowała się wyższym wykształceniem. W dużych miastach mieszkało 40%, a w mniejszych – 60% czytelników. Największą popularnością, zwłaszcza wśród osób starszych wiekiem, cieszyły się felietony. Osoby młodsze wnikliwiej śledziły działy informacyjne. Motywy sięgnięcia po pismo były różnorakie, choć znamieną była opinia jednej z osób, która wypełniając ankietę stwierdziła m.in.: *„Stałym czytelnikiem „Wiadomości Kulturalnych” zostałem w pewnym stopniu za sprawą ostrych ataków na tygodnik ze strony różnych mediów, a także krytycznych wypowiedzi niektórych przedstawicieli z tzw. środowiska literacko-artystycznego”*<sup>37</sup>.

Niemal równolegle z „Wiadomościami Kulturalnymi” pojawiła się na rynku prasowym „Sycyna”. Tytuł pisma nawiązywał do radomskiej wsi, gdzie urodził się Jan Kochanowski. „Sycynę” redagował Wiesław Myśliwski określając swój dwutygodnik mianem *„europejskiego pisma prowincjonalnego”*. Określenie to miało swe uzasadnienie chociażby poprzez eklektyczną treść czasopisma łączącego tzw. kulturę wysoką z kulturą ludową, a nawet z elementami edukacji rolniczej. Nie można zatem się dziwić, że niekiedy „Sycynę” dodawano do „Gazety Rolniczej”, czy też kolportowano poprzez osoby prywatne.

W 1993 r. pismo miało duży format, ale w 1994 r. zmniejszono go do rozmiarów zwykłej gazety. Dwutygodnik wychodził w nakładzie 50 tys. egz., z czego sprzedawano początkowo 30, a następnie 15 tys. egz. Deficytowe pismo było wspierane dotacjami Ministerstwa Kultury. Po kolejnych wyborach parlamentarnych i zmianie władz tego resortu „Sycyna” pozbawiona państwowego mecenatu, tak jak „Wiadomości Kulturalne” zniknęła z rynku prasowego.

Po 1989 r. niezbyt dobrze wiodło się też pismom społeczno-literackim. W 1986 r. było ich 18, a wydawano je w łącznym nakładzie 429 tys. egz. W latach 1989-2000 odnotowano ok. 120 takich pism wydawanych przede wszystkim w dużych, ale pozastołecznych aglomeracjach miejskich. Pisma te były czytane przez ok. 0,3 - 0,5 mln osób<sup>38</sup>. Swą egzystencję zawdzięczały głównie finansowemu wsparciu różnych fundacji, agend rządowych i organów samorządu terytorialnego. Głównym mecenasem było Ministerstwo Kultury, które każdego roku wspomagało ponad 100 pism społeczno-kulturalnych.

W pewnym sensie losy tych czasopism uosabiała „Literatura”. Tygodnik ten powołano w końcu lat siedemdziesiątych, a jego zadaniem było wypełnienie luki, która powstała po likwidacji „Współczesności”. Pismo zostało zawieszono po wprowadzeniu stanu wojennego i odrodziło się jako miesięcznik w 1982 r. Wokół pisma skupiła się grupa autorów i redaktorów interesujących się nie tylko samą literaturą, ale też społecznym kontekstem jej funkcjonowania. Przejmując redaktora naczelnego, Jacek

37 *Jak nas widzą*, „Wiadomości Kulturalne” nr 31 z 30.07.1995.

38 I. Fiut, S. Dziki, *Dużo tytułów, mniej treści*, „Wiadomości Kulturalne” nr 4 z 1996.

Syski zdecydował, że miesięcznik będzie zwracał się też do młodszych czytelników. Dlatego pojawiły się w nim biografie reprezentantów kultury popularnej, takich jak: Elvis Presley, Jimi Hendrix i John Lennon, często skandalizujące, ale chętnie czytane przez młodzież<sup>39</sup>. Nadto zamieszczano felietony Piotra Bratkowskiego poświęcone muzyce rockowej.

W początkach lat dziewięćdziesiątych, choć wydawca informował, że „Literatura” odbijana była w nakładzie 40 tys. egz., pismo popadło w kłopoty finansowe. Miesięcznik zawieszono w grudniu 1992 r. Powrócił on do swych czytelników 2 lata później, rozpoczynając edycję od 125 numeru. Zespół redakcyjny składał się głównie z osób, które tworzyły pismo we wcześniejszym okresie: Jacka Syskiego, Jerzego Górzeńskiego, Janusza Jaremicza, Krzysztofa Kraska, Konstantego Pińkosza i Jana Pieszczachowicza. W ostatnich latach pismo wydawane było dzięki dotacjom Ministerstwa Kultury i Sztuki przez Fundację Wspierania Literatury.

Dzięki Ministerstwu Kultury (Bibliotece Narodowej<sup>40</sup>) ukazywał się miesięcznik „Twórczość”. W 1997 r. pismo to wydawane było w nakładzie 2,2 tys. egz.

Początki miesięcznika związane są z Krakowem i Kazimierzem Wyką. Redagowana przez niego „Twórczość” broniła dorobku literackiego lat 1918-1939, opowiadała się za wielopostaciowością sztuki pisarskiej, publikowała utwory Tadeusza Borowskiego, Tadeusza Różewicza, skupiała młodych krytyków literackich. Później jednak, po przenosinach do Warszawy i przejęciu pisma przez Adama Ważyka, „Twórczość” stała się „filarem socrealizmu”<sup>41</sup>.

Kolejna era pisma związana była z Jarosławem Iwaszkiewiczem. W „Twórczości” publikowali w owym czasie praktycznie wszyscy „wielcy” polskiej literatury, których tu nie sposób wymienić. W skład zespołu redakcyjnego wchodził m.in.: Julian Strykowski, Henryk Berezka, Anna Kamińska, Zbigniew Bieńkowski i Jerzy Lisowski. Pismu J. Iwaszkiewicza zarzucano, co prawda brak konkretnej linii programowej, ale bez wątplenia jego zasługą było to, że właśnie na łamach „Twórczości” pojawiały się fragmenty utworów literackich, które z powodów cenzuralnych nigdzie indziej nie ujrzałyby światła dziennego.

J. Iwaszkiewicz zmarł w lutym 1980 r., a redakcję przejął i kierował nią do swej śmierci w 2003 r. J. Lisowski. Pismo kontynuowało swą poprzednią – otwartą linię, choć autorskie spektrum uległo zawężeniu, a ściany tego literackiego Parnasu stały się według niektórych opinii nazbyt strome.

Wśród pism literackich powołanych po 1989 r. bodaj najciekawszą genezę miał kwartalnik „NaGłos”. W latach 1983-1989 było to pismo mówione, będące wynikiem spotkań autorów (m.in. zawieszono „Pisma”) z czytelnikami. Spotkania autorskie odbywały się w Sali Portretowej kra-

39 *Wraca „Literatura”*, „Polityka” nr 52 z 30.12.1995.

40 Biblioteka Narodowa wydawała ponadto: zał. w 1945 r. dwutygodnik „Ruch Muzyczny” (nakł. 4 tys. egz.), zał. w 1956 r. mies. „Dialog” (nakł. 2,5 tys. egz.), zał. w 1971 r. mies. „Literatura na Świecie” (nakł. 15 tys. egz.) i mies. „Nowe Książki” (nakł. 4 tys. egz.).

41 A. Mencwel, *Bezinteresowna sztuka słowa*, „Polityka”, nr 31 z 5.08.1995.

kowskiego KIK, a w niektórych z nich uczestniczyło nawet 1 tys. osób. Do 1989 r. odbyło się 25 spotkań z udziałem ok. 100 autorów<sup>42</sup>.

Później „NaGłos” był wydawany przez krakowskie Stowarzyszenie Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas” wspierane przez Fundację Stefana Batorego. Pismo w drukowanej formie ukazywało się od stycznia 1990 r. do końca 1997 r. Wydano 27 jego numerów w przeciętnym nakładzie 1,5 tys. egz. „NaGłos” redagował Bronisław Maj oraz Jerzy Illg. Kwartalnik był „*pismem poświęconym literaturze i sztuce*”. Publikowali w nim swe teksty znamienicy polscy dziennikarze i literaci oraz poeci-nobliści. B. Maj uzasadnił decyzję likwidacji pisma wyczerpaniem się jego formuły, choć miał nadzieję, że mówiony „NaGłos” będzie kontynuowany.

Wśród „nowych” pism literackich duży sukces wydawniczy odniósł inny krakowski, a później warszawski, kwartalnik pt. „BruLion”, wydawany z podtytułem „pismo nosem”. „BruLion” utworzono w 1986 r. i w początkowym okresie jego działalności był zaliczany do pism kontrkulturowych czy też tzw. „trzeciego obiegu”. Do czerwca 1995 r. wydano 27 numerów „BruLionu”, a niektóre numery odbijano nawet w 16-tysięcznym nakładzie. W 1997 r. „BruLion” był dotowany przez Ministerstwo Kultury i Sztuki; deklarował 10-tysięczny nakład. Pismo skupiało najbardziej znanych poetów i literatów urodzonych w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Kierował nim Robert Tekieli, a w skład zespołu redakcyjnego wchodził m.in. pracownik naukowy UJ i współautor telewizyjnego *Gońca Kulturalnego* Krzysztof Koehler czy też bodaj najślynniejszy polski korektor i poeta Marcin Świetlicki<sup>43</sup>.

W 1985 powołano w Poznaniu „Czas Kultury”. Początkowo wydawcą pisma była „Solidarność Walcząca”. Po 1989 r. „Czas Kultury” wychodził z podtytułem „pismo literackie” lub „proza, eseistyka, filozofia, historia”, ale według redaktora naczelnego pismo miało zawsze charakter „postmodernistyczny”. Pismo było dotowane przez Ministerstwo Kultury; wychodziło w nakładzie 2 tys. egz. Dwumiesięcznikiem kierował Rafał Grupiński (pracował także jako red. nac. telewizyjnego *Pegaza*), a w „Czasie Kultury” publikowali m.in.: Tadeusz Żukowski, Jan Kasper, Maciej Rembisz, Tomasz Jastrun, Lech Dymarski, Marzanna Bogumiła Kielar, Nataśza Goerke, Izabela Filipiak i Marcin Świetlicki<sup>44</sup>.

Mimo kłopotów finansowych i edytorskich środowisko młodych poetów i literatów okazało się nadzwyczaj płodne i po 1989 r. wprowadziło do obiegu kilkadziesiąt czasopism literackich. Pisma te wydawano przede wszystkim w większych ośrodkach akademickich. Wychodziły w nakładach od 300 egz. do 2 tys. egz., a liczyły od 100 do 300 stron formatu A5. Tylko niektóre z nich były do nabycia w normalnej sprzedaży; zazwyczaj upowszechniano je w księgarniach akademickich. Nie dyspo-

42 B. Maj, *Pismo mówione „NaGłos” (1983 -1989)*, w: *Wydawnictwa podziemne w powojennym Krakowie*, Kraków 1993.

43 Na marginesie warto zauważyć, że z mediami związanych jest wielu młodych pisarzy i poetów. Zob. J. Klejnocki, *Pisarze w cywilu*, „Polityka” nr 12 z 23.03.1996.

44 P. Dunin-Wąsowicz, K. Varga, *Parnas Bis*, Warszawa 1995, s. 52.

nujemy pełnym katalogiem „młodych” pism literackich, ale wiadomo, np. że w Warszawie wydawano: „De centrum”, „Lewą nogą”, „Lampkę i Iskrę Bożą”, „Fronde”, „Magazyn Literacki Enigma”. W Poznaniu wychodziły: „Już jest Jutro”, „Woskówka” i „Nowy Nurt”; we Wrocławiu „Za Pozwoleniem”; w Białymstoku: „Kartki”; w Lublinie: „Kresy”, „Rewia Kontrsztuki” i „Mała Ulicznica”; w Rzeszowie „Fraza”; w Bytomiu „FA-ART”, a w Gdańsku „Metafizyka Społeczna”. Niskonakładowe pisma literackie wydawano też w mniejszych ośrodkach. Np. w Ostrołęce ukazywała się „Pracownia”, a w Radomsku „Fronda”<sup>45</sup>.

Na łamach tych pism prezentowano bardzo szeroką gamę postaw ideowych i twórczych. Klasyfikowano je w nurtach akademickiego modernizmu, neodadaizmu, „o'haryzmu”, punku czy też undergroundu. Na ogół pisma te nie przybierały konkretnych postaw politycznych, ale „Fronde” uważano za skrajnie prawicową, „Lewą nogą” zaś było wydawane przez organizację młodzieżową PPS<sup>46</sup>.

Z biegiem czasu wydawnicza aktywność młodych twórców kultury przeniosła się do Internetu. Wirtualne pisma otrzymały nazwę „netzinów”; pojawiły się licznie u schyłku lat 90. XX w. Do czasów nam współczesnych ich ogólna liczba bez wątpienia przekroczyła ponad jeden tysiąc. Były to jednak inicjatywy wyjątkowo nietrwałe, a redakcje nie zabiegały przy tym o jakiegokolwiek formy rejestracji.

Jak zauważył znawca tego zagadnienia stopniowo widoczna była też zmiana profilu i zawartości, zarówno czasopism literackich, jak i społeczno-kulturalnych. Odchodzono od modelu tzw. „grubego żurnалу” zawierającego teksty dotyczące zagadnień społeczno-politycznych, filozoficznych i ideowych, na rzecz czasopism adresowanych do niewielkich, wyspecjalizowanych grup czytelniczych. Pojawiały się w związku z tym kolejne tygodniki i miesięczniki dotyczące filmu, teatru, rzeźby, muzyki, fotografii, czy też tańca. Niektóre z nich odniosły nawet krótkotrwałe sukcesy. Była wśród nich m.in.: „Machina”, „Rock Power”, a nawet „Disco Polo”<sup>47</sup>.

Czasopisma opinii okazały się zatem niezwykle ważnym, lecz stopniowo zanikającym gatunkiem prasy. Z biegiem czasu malały ich nakłady, a obecność na rynku uzależniała się coraz bardziej od różnorodnych kampanii promocyjnych prowadzonych w mediach elektronicznych lub ofiarności mecenasów. Tendencję tę próbowano przełamać poprzez coraz większą lapidarność i emocjonalność tekstów, dziennikarstwo śledcze oraz wzbogacanie prasy opinii różnego rodzaju fotografią i ikonografią. Zewnętrzna atrakcyjność prasy opinii przemawiała zwłaszcza do najmłodszych czytelników, którzy nie wiązali się jednak z konkretnym tytułem na stałe. Zjawisko to wydaje się potwierdzać spektakularny, choć krótkotrwały sukces „Newsweeka” i „Przekroju”.

45 P. Dunin-Wąsowicz, *Nieregularność „Twojego Stylu” na prowincji*, „Życie Warszawy” nr z 28.12.1995.

46 Ibidem, *Jutro już jest, kontrsztuka też*, ibidem, nr z 4.08.1995. Zob. też: J. Klejnocki, *Klasycyzm kontra barbaryzm*, „Polityka” nr I z 6.01.1996.

47 I. Fiut, *Pisma społeczno-kulturalne...*, ibidem, s.79.

Można nadto przypuszczać, że ograniczenie zainteresowania prasą opinii wynikało z rozbudowania magazynowych wydań gazet codziennych. Wiele z nich wydania te wzbogacało tekstami, które wcześniej zwykle umieszczano w tygodnikach, czy miesięcznikach.

O trudnej sytuacji prasy opinii przesądzało też jej starzejące się audytorium czytelnicze. Przypomnijmy, że wiele z zaprezentowanych pism czytanych było przede wszystkim przez osoby dojrzałe lub w średnim wieku. Dotyczyło to zwłaszcza prasy o wyraźnie określonych sympatiach ideowych, a nawet politycznych, po którą sięgali czytelnicy poszukujący potwierdzenia swych, utrwalonych już poglądów.

## SUMMARY

Tomasz Mielczarek

### POLISH OPINION OF MODERN PRESS

*The article centers on the opinion press, that is socio-political, socio-cultural and literary press, published after 1989.*

*This type of press has not been very popular after 1989 and there have been few socio-political weeklies printed in more than 100 000 copies. According to data verified in 2006, the most popular seven magazines of this type are sold, in all, in about 800 000 copies. It may be assumed that in case of social and cultural magazines they are bought by no more than 400 000 people.*

*Opinion press is very significant but it is becoming less and less popular. In course of time the circulation of such magazines has decreased, and now their existence on the market depends, to large extent, on various advertising campaigns led via Internet, or on generosity of different sponsors. There were attempts to change this tendency by shortening the texts, making them more emotional, introducing investigative journalism, and using different kinds of photography and iconography. Such attractive look appeals, in the main, to young readers, who do not, however, get attached to one particular title. This phenomenon seems to be proved by spectacular but short-lived success of Newsweek or Przekrój.*

*We can assume that the decrease in the number of readers of opinion press has been caused by enlarging the magazine editions of dailies. In such editions we can find texts which earlier were usually published in weeklies or monthlies.*

*The difficult situation of opinion press has also been caused by the fact that such magazines are mainly read by mature and middle-aged people. This applies, in the main, to magazines with strong ideological, or even political preferences, read by people searching for confirmation of their already consolidated opinions.*

KEY WORDS: press, opinion, culture.