

Helena Olszewska

"Książki na łamach wybranych czasopism w Polsce u progu XXI wieku", Magdalena Przybysz-Stawska, Łódź 2013 : [recenzja]

Biblioteka 18 (27), 251-254

2014

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.

HELENA OLSZEWSKA

Magdalena Przybysz-Stawska, *Książki na łamach
wybranych czasopism w Polsce u progu XXI wieku*,
Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
2013, ss. 720

Bardzo obszerna, ponad 700-stronicowa praca Magdaleny Przybysz-Stawskiej wydana przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego zostanie z pewnością zauważona przez bibliologów, bibliotekarzy, wydawców, prasoznawców oraz wszystkich, którzy interesują się czytelnictwem i współczesną kulturą popularną.

Autorka bada obecność szeroko pojętej informacji o książkach na łamach niektórych czasopism wydawanych w Polsce w latach 2001–2005, czyli u progu XXI wieku. Stawia pytanie, czy w dobie nadprodukcji informacji, internetu i innych mediów oraz trudnej walki o przetrwanie na zdominowanym przez obcy kapitał rynku prasowym jest miejsce dla informacji o książce w trzech wybranych rodzajach prasy.

W rozdziale wstępnym autorka opisuje, jakie metody badawcze zastosowała w pracy i dlaczego (historyczna, statystyczna, opisowa). Ta ostatnia metoda pozwoliła ustalić klucze kategoryzacyjne, które później zostały użyte w analizie wszystkich numerów czasopism. We wstępie niestety kategorii tych autorka nie przywołała i nie wymieniła, ale w dalszych rozdziałach ujawnia je i konsekwentnie się nimi posługuje. Zostały one nieco zmodyfikowane w porównaniu z tymi, które już funkcjonowały w literaturze, a służyły analizie dzienników i gazet.

Szczegółowym badaniem objęto **tygodniki opiniotwórcze** („Polityka”, „Wprost”, „Newsweek”), **czasopisma kobiece** („Zwierciadło”, „Twój Styl”, „Elle”) oraz **czasopisma dla młodzieży** („Filipinka”, „Dziewczyna”, „Cogito”). Wybór typów czasopism, jak i konkretnych tytułów wydaje się bardzo trafny, przemyślany i reprezentatywny, choć – moim zdaniem – włączenie do badań wybranych czasopism dla mężczyzn byłoby ze wszech miar ciekawe i mogłoby prowadzić do bardzo interesujących wniosków.

Pierwszy rozdział pracy to krótkie, zdaniem autorki, przedstawienie rynku książki i prasy tuż po transformacji ustrojowej w Polsce, czyli w latach 1989–2005. Istotnie, jest to zaledwie około 30-stronicowy, ale bardzo ważny i syntetycznie napisany fragment naszej najnowszej historii. Tekst odwołuje się do przemian politycznych i tych aktów prawnych, dzięki którym zmiany ustrojowe, gospodarcze i społeczne (mentalne) stały się faktem, a rynek, w tym również wydawniczy, mógł nareszcie swobodnie się rozwijać.

Rozdział drugi zatytułowany *Prasa opinii* to bardzo ciekawa i wnikliwa analiza obecności książki na łamach tygodników „Polityka”, „Wprost” i „Newsweek”. Ponadto autorka bardzo dokładnie przedstawiła: kiedy pojawiły się na rynku prasowym wszystkie trzy tytuły, jak sobie na nim radziły, do kogo były adresowane oraz jak przetrwały transformację lub dlaczego powstały. Rzetelność przeprowadzonych badań w 10 kluczach kategoryzacyjnych (nareszcie tu wymienionych i zaprezentowanych: s. 62, tabela 2; s. 141, tabela 14; s. 228, tabela 26) oraz świetnie i bardzo zajmująco napisana historia powstania i obecności na rynku prasowym trzech omawianych tytułów są mocnymi atutami tego rozdziału. To prawdziwa kopalnia wiedzy o historii tych tygodników i ich zmaganiach na nareszcie normalnie funkcjonującym rynku wydawniczym w Polsce na początku XXI wieku. Historia bliskiego mi, bo swego czasu poznańskiego miesięcznika „Wprost” została przedstawiona jak nigdy dotąd, czytający pochłania te fragmenty jak dobry kryminał, a to tylko prawdziwa i rzetelnie napisana historia tytułu.

Wnioski z analiz zaprezentowane w podsumowaniu rozdziału, choć są zgodne z oczekiwaniami laika (najwięcej informacji o książkach zamieściła „Polityka” – 2681, niewiele mniej „Wprost” – 2343, zauważalnie mniej „Newsweek” – 1528), poprzedzone zostały rzetelnym i obiektywnym opracowaniem. Autorka pracy dokładnie prześledziła 732 numery trzech tygodników opiniotwórczych, badając w nich każdy rodzaj informacji o książkach za pomocą wspomnianych 10 kluczy kategoryzacyjnych. Były to m.in. recenzje, wywiady, reklamy książek, sylwetki pisarzy. Istotnym elementem tego i pozostałych rozdziałów są kolorowe zdjęcia wielu stron badanych czasopism z różnymi rodzajami informacji o książkach. Takich zdjęć jest w pierwszym rozdziale ponad 70, a w następnych niewiele mniej, w sumie jest ich ponad 200, co bardzo podkreśla wiarygodność przeprowadzonych badań i przybliży czytelnikowi charakter czasopism.

Trzeci rozdział pracy poświęcony jest **prasie kobiecej**. Autorka przedstawia funkcjonujące w literaturze definicje prasy kobiecej i jej podział na trzy segmenty: tanie czasopisma popularne przeznaczone raczej do oglądania niż czytania, czasopisma z tzw. środkowej półki, kierowane

do kobiet pracujących i ekskluzywne żurnale – do świadomych i znających swoją wartość kobiet sukcesu. „Zwierciadło”, „Twój Styl” i „Elle” reprezentują ostatni segment prasy kobiecej. Historia powstania tych miesięczników została przedstawiona równie zajmująco i rzetelnie jak historia tygodników opiniotwórczych. Autorka szczegółowo charakteryzuje zespoły redakcyjne, założenia programowe tychże redakcji, zakładany krąg odbiorców oraz ciekawe inicjatywy wszystkich trzech badanych czasopism. Rozdział ten jest tak samo interesujący jak poprzedni, zarówno w warstwie poznawczej i historycznej, jak i w warstwie badawczej.

Zasadniczy temat badań, czyli informacje o książkach na łamach trzech tytułów czasopism, został przeanalizowany, tak jak w poprzednim rozdziale, w 10 kategoriach (recenzje, wywiady, listy bestsellerów i inne). Wyniki zaprezentowane w tabeli 58 na s. 471 nie są już tak oczywiste jak w przypadku prasy opiniotwórczej. Najwięcej recenzji książek zamieściło w badanym okresie „Elle” (poświęcone głównie modzie i kosmetykom), a nie ambitne i zaprawione w boju na trudnym i kapryśnym rynku wydawniczym „Zwierciadło”. Oczywiście, jakość tych recenzji była wysoce niezadowolająca pod względem merytorycznym, ale rzetelnie przeprowadzone przez autorkę badania ujawniają takie praktyki redakcji czasopism, w których liczyła się ilość, a nie jakość informacji o książce. W innych kategoriach (np. reklamy książek) zarówno „Zwierciadło”, jak i „Twój Styl” wypadły zdecydowanie lepiej niż „Elle” (szczegóły w recenzowanej pracy – naprawdę warto się z nimi zapoznać).

Kolejny rozdział poświęcony jest **prasie młodzieżowej, która z założenia powinna pełnić funkcje wychowawczą i edukacyjną**. Także tutaj autorka przedstawia definicje, historię i podział (poparty przykładami) prasy młodzieżowej. Tym razem z bogatej gamy czasopism młodzieżowych do analizy wybrała: „Filipinkę”, „Dziewczynę” i „Cogito”. Nie do końca się z tym wyborem zgadzam, choćby dlatego, że dwa pierwsze tytuły są miesięcznikami, a „Cogito” jest dwutygodnikiem, co utrudnia badania statystyczne. Ponadto „Cogito” jest kierowane do zupełnie innej grupy docelowej niż rozrywkowo-poradnikowa „Dziewczyna” (na szczęście już się nie ukazuje, bo skandal, jaki wywoływała, doprowadził nawet do interpelacji poselskiej). Trzeba jednak przyznać, że autorce udało się tak dobrać tytuły, aby mogły korespondować z prasą opinii i prasą kobiecą choćby przez analogię pojawienia się na rynku („Filipinka”, „Zwierciadło” i „Polityka” w roku 1957). Lektura tego rozdziału jest równie interesująca jak poprzednich (z dużym sentymentem śledziłam redakcyjne losy „mojej” „Filipinki”).

Badania obecności książki w czasopismach młodzieżowych za pomocą znanych już grup kategoryzacyjnych znów może zaskakiwać, bo najczęściej

recenzji zamieściła „Dziewczyna”, wyprzedzając nawet edukacyjne „Cogito”. To ostatnie zdystansowało pozostałe dwa tytuły, publikując w badanym okresie ponad 800 reklam książek (tabela 79, s. 635). Na szczęście wnikliwa lektura tabeli uspokaja, że ogółem to „Cogito”, a tuż za nim „Filipinka” są liderami szeroko pojętej informacji o książce. Wspomniałam o wnikliwej lekturze nie bez powodu – autorka nie umieściła w tabeli 79 podsumowania wyników badań trzech tytułów prasy młodzieżowej. Nie zrobiła tego również w rozdziale drugim, w tabeli 36, ale tabela 58 w rozdziale trzecim jest pod tym względem poprawna. To drobne niedopatrzenie nie wpływa na odbiór całej pracy, nieco tylko irytuje podczas lektury wymienionych tabel.

Piąty rozdział to porównanie wszystkich trzech typów czasopism na płaszczyźnie statystycznej i jakościowej oraz wnioski czasami bardzo zaskakujące. Prezentuje to tabela 82 skonstruowana przejrzysto i klarownie, mimo że zgromadzono tu większość wyników badań. To jeden z ważniejszych fragmentów omawianej pracy. Całość dopełniają aneksy słusznie umieszczone na płycie CD, aby nie rozbudowywać i tak bardzo obszernego tekstu.

W pracy autorka przebadła 1140 numerów czasopism, wyodrębniła 24 441 pozycji bibliograficznych, w których prezentowano wszelkiego rodzaju informacje o książkach. Już te liczby pokazują ogrom pracy badawczej, jaki musiała wykonać Magdalena Przybysz-Stawska. Omawiane wydawnictwo polecam wszystkim, którzy mają nadzieję, że książka i informacja o niej przetrwa także w formie drukowanej (obok e-booka i hipertekstu) i będzie przyjemnością wykształconego homo sapiens.