

RECENZJA I REKLAMA KSIĄŻKI W KOBIECYM *ZWIERCADLE* (W LATACH 2001–2003)

MAGDALENA PRZYBYSZ-STAWSKA

Uniwersytet Łódzki
Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki Naukowej

ABSTRACT

Reviews and book advertisements in women's *Zwierciadło* (2001–2003)

Connections between the press and the book are known since the end of XVII century. Information about literature appeared in journals in different forms. In the beginning, these notices were mainly publisher advertisements and editorial reviews. Then, papers started to print episodic novels, stories, and poetry. Today, when book has to compete with other means of mass media including the Internet, the promotion of literature seems to be especially important. In this paper, two basic forms of book information are presented: reviews and editorial advertisements published in the magazine *Zwierciadło* between 2001 and 2003.

Key words: book, press, review, advertisement, editorial advertisement, *Zwierciadło*

Związki prasy z książką znane są od końca XVII wieku. Informacja o literaturze pojawiała się na łamach wybranych gazet i czasopism w rozmaitej formie, początkowo w postaci przede wszystkim inseratów wydawniczych i recenzji redakcyjnych. Z czasem zaczęto drukować powieści w odcinkach, opowiadania

✉ Adres do korespondencji: Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki Naukowej Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź; maj-74@uni.lodz.pl

i poezję. Niezależnie od form informacji dotyczących książki, a występujących na łamach prasy w jej różnych momentach dziejowych, wykorzystywano rozmaite dane dotyczące proponowanych dzieł, poczynając od prezentacji ich treści, przez, między innymi, przypomnienie sylwetki autora, a kończąc na elementach typograficznych.

Analizą zawartości prasy w interesującym nas kontekście zajmowało się wielu badaczy, aczkolwiek, co należy zaznaczyć, prace wielu z nich koncentrowały się w dużym stopniu na periodykach dawnych, stanowiących niezwykle cenne źródło informacji o rynku wydawniczo-księgarskim w wiekach minionych. W mniejszym stopniu przedmiotem badań w tym zakresie jest natomiast prasa współczesna, a przecież, dzięki nowoczesnym rozwiązaniom, dysponuje ona wieloma możliwościami, niedostępnymi wydawcom XVIII- i XIX-wiecznym. Nie tylko jednak dlatego jest tak istotna z punktu widzenia wszystkich tych, dla których los słowa drukowanego jest ważny. Dziś bowiem, kiedy książka musi rywalizować z innymi środkami przekazu, w tym z internetem, szczególnie cenna wydaje się jej promocja, także ta wykorzystująca łamy prasy. Stała, określona przez typ periodyku, grupa odbiorców z jednej strony, z drugiej zaś stosunkowo niski (w porównaniu z innymi nośnikami) koszt dotarcia do adresatów – to niewątpliwie najważniejsze zalety tego środka przekazu jako potencjalnego narzędzia służącego promocji książki.

W jakim stopniu recenzenci, dziennikarze prasowi oraz wydawcy wykorzystują ten fakt? Jakich form informacji używają najczęściej, by promować literaturę? Na co przede wszystkim zwracają uwagę, by zachęcić czytelników do sięgnięcia po proponowaną lekturę?

Szczególnie interesującym przykładem pod tym względem wydaje się czasopiśmiennictwo kobiece, które po 1989 roku przeżyło w Polsce burzliwy rozwój. Charakter tego typu periodyków, specyficzna pod wieloma względami grupa docelowa, a także rola, jaką prasa ta od początku swego istnienia odgrywa¹, stanowią ciekawy punkt odniesienia w badaniach nad podjętym tematem.

Spośród dostępnych na rynku prasowym w Polsce magazynów zaliczanych do wspomnianej grupy wybrano jeden z najstarszych wydawanych w Polsce tytułów kobiecych, jakim jest miesięcznik *Zwierciadło*. Analizie poddano trzy jego roczniki (2001–2003). Jest to okres, kiedy czasopismo miało już z sobą najważniejsze zmiany, dzięki którym przetrwało na wymagającym rynku, wygrywając walkę o czytelnika z wieloma innymi periodykami, w tym z pismami wydawanymi na licencjach zachodnich. To lata, w których wydawca miał również ustabilizowaną sytuację finansową, dzięki której z powodzeniem mógł realizować założoną wcześniej politykę redakcyjną, skierowaną także na promocję kultury (w tym literatury).

¹ Czasopisma kobiece od początku swego istnienia kreowały określony wzór osobowy kobiety, małżeństwa i rodziny. W zależności od okresu, w którym prasa tego typu się ukazywała, a także od jej charakteru, model ten był różny. Na ten temat por. Franke 1999 oraz Sokół 1998.

*Czas zmian*²

Transformacja ustrojowa w Polsce w 1989 roku wpłynęła również, poza innymi dziedzinami życia, na dalsze losy mediów. Upadek komunizmu i jego konsekwencje w odniesieniu do środków masowego przekazu, wśród nich zaś prasy, określiły dalszy kształt wydawanych gazet i czasopism. Zniesienie cenzury gwarantowało, dzięki wprowadzonym ustawom, wolność i swobodę wypowiedzi, a likwidacja RSW „Prasa-Książka-Ruch” pozwoliła (między innymi) na zaistnienie na rynku mediów obcego kapitału, co w rezultacie doprowadziło do pojawienia się nowych tytułów i modernizację wydawanych wcześniej periodyków. Większość z nich nie potrafiła się jednak dostosować do zmienionych warunków wolnego rynku, pluralizmu mediów i konkurencji. Część znanych czytelnikom od lat pism przestała się ukazywać. Na ich miejscu pojawiły się nowe, nierzadko wydawane na licencji. Najwyraźniejsze i najbardziej spektakularne przeobrażenia nastąpiły w obrębie czasopism kobiecych (Mielczarek 2007; Sokół 1998). Ten segment rynku prasowego, jak już wyżej zaznaczono, przeżył dynamiczny rozwój, a Polki okazały się największą i najbardziej otwartą na zmiany grupą odbiorców. Oferta kierowanych do nich tytułów była nie tylko bogata pod względem ilościowym, ale również niezwykle zróżnicowana pod względem treści. Niejako automatycznie nastąpił swoisty podział kobiecego audytorium czytelniczego (Sarzyński 1992). Nie zagłębiając się w szczegóły, należy przypomnieć, że jedną z potencjalnych grup czytelniczek stały się kobiety sukcesu, a używając określenia Zofii Sokół, „kobiety epoki Balcerowicza”: dla nich praca zawodowa stanowiła jeden z najważniejszych priorytetów w życiu; były to kobiety silne, z pełną świadomością posiadanych przez siebie predyspozycji, które potrafiły dbać nie tylko o swój wygląd zewnętrzny, ale i o określony rozwój duchowy i intelektualny. To do nich kierowane były tzw. żurnale, magazyny, periodyki ambitne (albo uważające się za takie), kreujące określone wartości i związane z nimi styl życia / styl bycia współczesnej kobiety. Zawartość owych pism w pełni odpowiadała tak pomyślanemu wizerunkowi. Obok porad drukowano liczne wywiady z kobietami, które już osiągnęły sukces w życiu, prezentowano ich sylwetki, podkreślając to, co najbardziej odpowiadało programowi danego pisma.

Oprócz podstawowych działów, związanych z urodą i pielęgnacją ciała, odnaleźć można na łamach tychże magazynów obowiązkowy dział kulturalny, w którym redakcja polecała wybrane przez siebie książki, filmy i płyty z muzyką. Kształtując nowy styl życia, wpływało również na gusta literackie, filmowe i muzyczne czytelniczek, tworząc tym samym krąg osób połączonych wspólnymi zainteresowaniami kulturalnymi, czytających te same książki, wybierających te

² Jakkolwiek zagadnienie przeobrażeń na rynku prasy w Polsce nie stanowi tematu niniejszej publikacji, uznano za celowe przywołanie kilku najważniejszych faktów, aby uzasadnić wybór prezentowanego typu czasopisma.

same filmy i słuchających tej samej muzyki. W konsekwencji pojawiał się określony kanon tytułów, pisarzy, wykonawców – wspólny odbiorcom danego magazynu.

*Co myślicie o Zwierciadle?*³

Jednym z reprezentantów tych ambitniejszych periodyków było czasopismo *Zwierciadło*. Jego pierwszy numer (z podtytułem *Tygodnik Ilustrowany*), o stosunkowo skromnej objętości 16 stron, ukazał się 19 maja 1957 roku. Pierwszym wydawcą periodyku był Zarząd Główny Ligi Kobiet, pierwszą zaś redaktor naczelną została Alina Rebane. Przez ponad pół wieku historii omawianego pisma jego losy biegły rozmaitymi ścieżkami, zmieniała się równocześnie stopniowo jego forma graficzna i zawartość. Od początku był to jednak tytuł ambitny, który odegrał znaczącą rolę w dziejach polskiej prasy kobiecej. Jako pismo wielu pokoleń zachował pewne tradycyjne wartości i zyskał opinię, która pomogła mu również w trudnym okresie przemian na początku lat 90. XX wieku.

Specyficzna formuła periodyku, początkowo o zacięciu społeczno-obyczajowym, później dydaktyczno-pedagogicznym, a w interesującym nas okresie psychologicznym (wyraźne zainteresowanie psychotroniką, psychoanalizą, ale również współczesnymi filozofiami i medycyną alternatywną), nieodmiennie podobała się czytelnikom. Stały kontakt z odbiorcą przez listy, później e-maile, zawsze zaś konkursy i akcje, utrzymywały więzi między *Zwierciadłem* a kobietami, które mogły przejrzeć się w nim jak w lustrze, i odnaleźć odpowiedzi na pytania związane nie tylko z problemami życia codziennego – traktowały je jako swego rodzaju przewodnik duchowy, pomagający im w samorealizacji i rozwoju, wskazujący między innymi na warte poznania lektury.

*Tę książkę warto znać*⁴

Zarówno liczba i stopień zróżnicowania informacji o książce, a szerzej, literaturze, zamieszczanych na łamach *Zwierciadła*, jak i sposób ich prezentacji, plasuje prezentowany magazyn na zdecydowanie wysokim poziomie i potwierdza ambicje tego miesięcznika, aby być dla swych czytelniczek doradcą również w tym zakresie. Obok recenzji i reklam wydawniczych odnaleźć tutaj można także wywiady z pisarzami, portrety wybranych twórców, fragmenty powieści, felietony pisarzy (m.in. Marii Bojarskiej, Paulo Coelho), a także konkursy, w których nagrodą była książka.

³ Tytuł ankiety, którą redakcja magazynu skierowała do swych czytelniczek w 2004 r. Zob. *Zwierciadło* 2004, nr 8, s. 29.

⁴ *Zwierciadło* 2002, nr 7, s. 47.

W niniejszym artykule zostaną przedstawione dwie podstawowe formy informacji o książce: recenzja i ogłoszenie wydawnicze, drukowane w wybranym magazynie.

*Smakołyki dla ducha*⁵. Recenzje w Zwierciadle

W badanym okresie na łamach magazynu odnaleźć można 238 recenzji (bądź form do nich zbliżonych), co daje średnio 6 omówień na jeden numer.

Można je podzielić na dwie zasadnicze grupy⁶.

Pierwszą odnajdziemy w dziale „Psychologia”, na stronie zatytułowanej „Moje książki” (wcześniej „Na szczęście”), na której wybrane przez siebie lektury proponowała Renata Arendt-Dziurdzikowska. Lokalizacja tych omówień i nazwisko ich autorki (zajmującej się psychologią, rozwojem duchowym człowieka) określają charakter proponowanych książek. Stanowiły one zbiór propozycji wpisujący się we wspomnianą wyżej specyfikę magazynu, w którym nierzadko odnaleźć można publikacje nawiązujące do zagadnień związanych z psychologią, ezoteryką, mistyką oraz filozofią. Już tytuły owych omówień wskazują na cele recenzentki, którymi kierowała się przy wyborze polecanych książek⁷: *Gdyby został ci tylko rok*; *Kiedy życie nas przerasta*; *Kocham, ryzykuję*; *Mieć czy być?*; *Moja siła w pracy*; *Odkryj w sobie dziką kobietę*; *Po co nam Budda?*; *Rozmowy z Bogiem*; *Sposób na zmartwienia*; *Uwolnić szczęście*; *W poszukiwaniu bliskości*; *Zasługujesz na miłość*. Wśród autorów tak anonsowanych książek znaleźli się między innymi: Mihály Csíkszentmihályi, Pema Cziedryn, Wojciech Eichelberger, Thích Nhất Hạnh, Anthony de Mello, Osho (Bhagwan Shree Rajneesh), Irvin D. Yalom. Były to zatem propozycje autorów znanych stosunkowo wąskiemu kręgowi odbiorców: psychologów, terapeutów, filozofów i mistyków.

Drugą grupę recenzji stanowiły omówienia zamieszczane w dziale „Kultura”, w rubryce „Książki” (od numeru pierwszego w 2003 roku zmieniono nazwę na „Nowości wydawnicze”). W analizowanym okresie książki prezentowane w tym miejscu proponowała Magdalena Boratyńska-Komar⁸, a następnie Joanna Klimczyk⁹. Polecane przez nie lektury miały bardziej uniwersalny charakter, jednak i one odpowiadały profilowi magazynu i propagowanym przez redakcję wzorom

⁵ Tytuł jednej z recenzji. Zob. *Zwierciadło* 2003, nr 7, s. 100.

⁶ Należy w tym miejscu wspomnieć, że recenzje pojawiały się także poza omówionym działem, sporadycznie w ramach następujących rubryk: „Co słyhać?” (trzykrotnie), „Do zobaczenia” (dwukrotnie), „Krótko” (raz), „Mężczyzna i one” (raz), „Preteksty” (raz), „Sztuka życia” (czterokrotnie), „Zdrowie” (raz). Niekiedy wspomniano o książkach przy okazji recenzji ekranizacji znanych powieści (dwukrotnie) lub inscenizacji dramatów (siedmiokrotnie). Omówienia tego typu pojawiały się w rubryce „Film” albo „Teatr”.

⁷ Kolejno: *Zwierciadło* 2001, nr 11, s. 83; 2002, nr 2, s. 85; 2003, nr 11, s. 92; 2001, nr 7, s. 91; 2002, nr 10, s. 73; 2001, nr 9, s. 87; 2002, nr 8, s. 105; 2002, nr 7, s. 98; 2001, nr 3, s. 87; 2005, nr 12, s. 90; 2001, nr 5, s. 87; 2003, nr 8, s. 98.

⁸ Od numeru 1 (2001) do numeru 3 (2003) włącznie.

⁹ Od numeru 4 (2003) do końca badanego okresu.

osobowym współczesnej kobiety. Widoczne było to już na poziomie tytułów recenzji, odwołujących się do treści proponowanych książek¹⁰: *Być kobietą; Być sobą; Dogonić marzenia; Kobiety kontratakują; Nauczycielki życia; Nie tam się; Odkrywanie kobiety; Podróż w siebie; Rzecz o miłości i śmierci; Szkoła przeżycia; W krainie singli; W sidłach pasji; Żywiły są w nas*. Recenzowano utwory takich pisarzy, jak na przykład Anna Bojarska, Michael Cunningham, Janusz Głowacki, Joseph Heller, John Irving, Imre Kertész, Mario V. Llosa, Amos Oz, Izabela Sowa, Olga Tokarczuk, Janusz L. Wiśniewski. Polecane we wskazanym dziale książki to głównie powieści: proza, między innymi polska, amerykańska, ale także portugalska i węgierska.

Mimo określonej odrębności proponowanych lektur można zauważyć pewne elementy wspólne, które łączą recenzje z obydwu grup.

Pierwszym z nich jest treść omawianej książki. Arendt-Dziurdzikowska podkreślała zazwyczaj wartości, zagadnienie, problem, które stały się przedmiotem zainteresowania danego autora. Boratyńska-Komar i Klimczyk prezentowały natomiast główny wątek omawianej książki, przybliżały jej fabułę, starając się w ten sposób zachęcić odbiorcę do sięgnięcia po dany tytuł. Oto kilka przykładów tego, w jaki sposób i w jakim stopniu ta cecha książki była wykorzystywana w recenzjach zamieszczanych na łamach *Zwierciadła*:

Arendt-Dziurdzikowska:

[...] niezbędna jest nam miłość, intymność i zażyłość z innymi. Bez miłości umieramy. Dosłownie. [...] Bliskość leczy cierpienie. Cierpimy nie dlatego, że doznajemy bólu. Prawdziwym cierpieniem jest poczucie, że jesteśmy w bólu sami. Jeśli kogoś kochamy i czujemy się przez nich kochani, cierpienie słabnie, rany goją się, bo nasze serca są bezpieczne. [...] I choć o uzdrawiającej sile miłości powstało już milion książek, ta jest inna, ponieważ napisał ją nie mędrzec, natchniony przez Boga, ale lekarz, który wyciąga wnioski na podstawie badań naukowych¹¹.

To książka autobiograficzna: prawdziwa opowieść o życiu, miłości, umieraniu i wyzwoleniu. [...] jedna z najbardziej optymistycznych, oczyszczających książek, jakie znam¹².

Wystarczą dwa akapity, a już trudno się oderwać. Historie dziesięciu pacjentów doktora Yaloma, wybitnego amerykańskiego terapeuty, którzy skorzystali z pomocy, ponieważ nie radzili sobie z własną samotnością, otyłością, obsesjami miłosnymi, huśtawkami nastrojów, depresjami. Czyta się te historie jak opowieści kryminalne – tyle w nich zwrotów akcji, zagadek i zaskakujących rozwiązań¹³.

¹⁰ Kolejno: *Zwierciadło*, 2002, nr 5, s. 78; 2002, nr 7, s. 84; 2001, nr 8, s. 73; 2002, nr 4, s. 79; 2002, nr 8, s. 96; 2003, nr 12, s. 114; 2001, nr 8, s. 73; 2003, nr 5, s. 76; 2002, nr 8, s. 96; 2003, nr 7, s. 103; 2002, nr 6, s. 76; 2003, nr 9, s. 76; 2003, nr 7, s. 102.

¹¹ R. Arendt-Dziurdzikowska: Miłosne związki – najlepszy antybiotyk, *Zwierciadło* 2003, nr 3, s. 83.

¹² R. Arendt-Dziurdzikowska: Śmiertelni nieśmiertelni, *Zwierciadło* 2003, nr 2, s. 55.

¹³ R. Arendt-Dziurdzikowska: Zagadki miłości, *Zwierciadło* 2003, nr 7, s. 9.

Boratyńska-Komar:

Nicholas Sparks także swą najnowszą powieścią dowodzi, że jest mistrzem w budowaniu atrakcyjnej fabuły o życiu zwyczajnych ludzi. Tym razem jego bohaterami są przeciętni Amerykanie mieszkający na prowincji, ale Sparks potrafi sprawić, że ich radości, smutki, nadzieje i marzenia nabierają wymiaru uniwersalnego. Zarówno Denise, która wychowuje samotnie syna cierpiącego na dysleksję, jak i Taylor, który nigdy nie założył własnej rodziny, muszą przezwyżyć w sobie wiele obaw i goryczy, wyzbyć się nieufności, by zrozumieć, jak bardzo są sobie potrzebni¹⁴.

Jeszcze jedna książka feministyczna? I tak, i nie. [...] „Historia hysterii” mogła się przydarzyć po prostu mądrej i wrażliwej kobiecie, która chwyciła za pióro. Opowiadana przez nią historia kształtowania, dojrzewania kobiety, postrzegania świata tyleż bywa podszyta (świadomie!) emocjonalną histerią, co zachwyca odkrywczym formułowaniem sądów na odwieczne tematy egzystencjalne, od poszukiwania Boga i miłości poczynając¹⁵.

Dawni kochankowie, których rozdzieliła śmierć przedwczesnie narodzonego dziecka, niechcianego zresztą przez kobietę, spotykają się po siedemnastu latach. Angela ze smukłej, pełnej ambitnych planów dziewczyny przeobraziła się w otulą urzędniczkę biura podróży i tkwi w solidnym, mieszczańskim małżeństwie, a jej jedyną satysfakcją jest wypieszczony dom i ogród. Christopher pozostał kawalerem oddającym się pasji powiększania cennego księgozbioru. Powrót do bolesnych wspomnień sprawi, że nie tylko odżyją dawne uczucia, ale i znajdą swoje zadośćuczynienie popełnione w młodości błędy. Świetne portrety psychologiczne bohaterów oraz intrygująca fabuła raz jeszcze dowodzą talentu pisarki¹⁶.

To rzadka w naszej współczesnej prozie próba literackiego przedstawienia najnowszej historii Polski. [...] Trójka bohaterów „Siły odpychania” to trzydziestoparolatkowie, którzy wyemigrowali z kraju w latach 80. Starają się odnaleźć we współczesnych realiach Zachodu, a także określić się wobec ojczyzny, która sprawiła im zawód¹⁷.

Klimczyk:

Książki o miłości pisane są zazwyczaj z punktu widzenia tylko jednej ze stron. Anna Bojarska łamie ten schemat. Dzieje romansu Oskara Wilde'a i lorda Alfreda Douglasa, zakończonych skandalem i kilkuletnim uwięzieniem tego pierwszego, stanowiły już kanwę niejednej powieści¹⁸.

Treść książki, jak wynika choćby z przytoczonych powyżej przykładów, prezentowana była rozmaicie: od ogólnego zarysowania tła akcji przez prezentację bohaterów do dokładniejszego opisanego wątków danej propozycji. Zazwyczaj informacja na ten temat zajmowała większą część recenzji. Jej dopełnieniem były elementy, które widoczne są także w cytowanych powyżej omówieniach. Były to

¹⁴ M. Boratyńska-Komar: W poszukiwaniu bliskości, *Zwierciadło* 2001, nr 5, s. 87.

¹⁵ M. Boratyńska-Komar: Odkrywanie kobiety, *Zwierciadło* 2001, nr 8, s. 73.

¹⁶ M. Boratyńska-Komar: Powrót z przeszłości, *Zwierciadło* 2001, nr 10, s. 82.

¹⁷ M. Boratyńska-Komar: Siła odpychania, *Zwierciadło* 2003, nr 1, s. 80.

¹⁸ J. Klimczyk: Romans podwójny, *Zwierciadło* 2003, nr 7, s. 103.

nierzadko dane dotyczące autora proponowanej książki. Postać pisarza przedstawiano zazwyczaj krótko, recenzentki ograniczały się w tym wypadku do przypomnienia wcześniejszych jego książek albo też podkreślały jego talent przez zwięzłe, choć niepozbawione zachwyty stwierdzenia, jak na przykład:

Ken Wilber (autor między innymi recenzowanych u nas „Śmiertelnych nieśmiertelnych”) to jeden z najwybitniejszych myślicieli-badaczy świadomości w naszych czasach¹⁹.

W dorobku jednego z najwybitniejszych amerykańskich prozaików, Thomasa Bergera – uważanego za mistrza czarnej komedii – „Historia Orriego” zajmuje miejsce szczególne²⁰.

czy:

Za „Taras w Rzymie” Pascal Quignard, jeden z najwybitniejszych i najoryginalniejszych pisarzy francuskich, otrzymał w roku 2000 Grand Prix Akademii Francuskiej²¹.

[...] najnowsza książka jednego z najbardziej interesujących prozaików średniego pokolenia²².

Warto wspomnieć, że recenzentki magazynu niekiedy podkreślały również inne walory prezentowanej książki, na przykład jej język (*błyskotliwa, znakomicie napisana, sprawna warsztatowo, znakomita narracja, pisana isticie barokowym, stylizowanym na staropolski językiem*).

Bardzo rzadko natomiast zwracano uwagę na elementy graficzne książki, rodzaj oprawy, krój czcionki, papier, na którym została ona wydrukowana. Przesądzał o tym typ omawianej na łamach magazynu literatury, który determinował formę wydania. Zarówno różnego rodzaju poradniki, jak i współczesna proza popularna, o której informowano na stronach poświęconych książce, nie cechowały się szczególnie starannym wydaniem, oryginalną szatą graficzną, na którą recenzentki mogłyby wskazać jako dodatkową zaletę proponowanej książki. Walory estetyczne wydawnictw ograniczały się w tym wypadku przede wszystkim do ich okładek, których kopie pojawiały się niemal przy każdym omówieniu. Zdjęcie było wyraźnie wyeksponowane, kolorowe, czytelne – i to właśnie ten element, obok tytułów recenzji, przede wszystkim zwracał uwagę odbiorcy. W ten sposób okładka nabierała znaczenia reklamowego; książkę jako towar należy jak najkorzystniej „opakować”, a opakowanie (w tym wypadku okładka) powinno być jak najlepiej ukazane. Zabieg ten, stosowany konsekwentnie przez grafików magazynu, wpisywał się jednocześnie płynnie we współczesną kulturę obrazkową. Można się domyślać, że taki był zamysł redakcji: okładka miała zapewne odgrywać rolę niemej zachęty, skłaniającej czytelnika do zatrzymania się na tej właśnie

¹⁹ R. Arendt-Dziurdzikowska: JA jest złudzeniem, *Zwierciadło* 2002, nr 1, s. 83.

²⁰ M. Boratyńska-Komar: Splątane ścieżki, *Zwierciadło* 2001, nr 1, s. 79.

²¹ M. Boratyńska-Komar: Rzecz o sztuce i kondycji ludzkiej, *Zwierciadło* 2002, nr 3, s. 95.

²² M. Boratyńska-Komar: Krucha pamięć, *Zwierciadło* 2001, nr 8, s. 73.

stronie (jeśli wcześniej jego uwagi nie przykuł wystarczająco interesujący, intrygujący bądź zabawny tytuł omówienia).

Poza wymienionymi elementami na recenzje zamieszczane na łamach miesięcznika składały się również dane bibliograficzne, takie jak imię i nazwisko autora proponowanej książki, jej tytuł, wydawca (w 17 przypadkach zabrakło tego elementu), niekiedy rok wydania, rzadko miejsce wydania czy liczba stron omawianej książki. Pomijano nazwisko tłumacza w przypadku przekładu oraz cenę polecanego tytułu.

W ciągu trzech lat, w ramach obydwu rubryk, przedstawiono czytelnikom periodyku książki 213 autorów. Znamienne, że w tej grupie znalazło się 141 pisarzy obcych i zaledwie 72 twórców polskich. Tytuły pochodziły z oferty 62 edytorów. Najczęściej sięgano po propozycje Wydawnictwa W.A.B. (29), Wydawnictwa Jacek Santorski & Co. (17), Domu Wydawniczego „Rebis” oraz Wydawnictwa Znak (15), Wydawnictwa Czytelnik (13), Wydawnictwa Literackiego i Wydawnictwa Prószyński i S-ka (12), Wydawnictwa Muza, Albatros oraz Wydawnictwa Zysk i S-ka (10). Poza największymi oficynami, specjalizującymi się przeważnie w wydawaniu literatury popularnej, nie stroniono także od edytorów znanych węższemu kręgowi odbiorców: polecano tytuły, opublikowane między innymi przez Buddyjski Dom Wydawniczy, Dom Wydawniczy „Limbus”, Kalisto, Medium, Bis czy Horus (książki tych oficyn znajdowały uznanie przede wszystkim w oczach Arendt-Dziurdzikowskiej).

W *Zwierciadle* pojawiały się zatem propozycje zróżnicowanych lektur, dostosowanych jednak zarówno do poziomu, jak i określonych zainteresowań odbiorców magazynu.

Publiczność czytelnicza periodyku stanowiła również grupę potencjalnych klientów, do których skierowane były reklamy wydawnicze, zamieszczane na łamach pisma.

Patrzysz na bestseller!²³ Ogłoszenia wydawnicze

Ogłoszenia wydawnicze stanowiły niewielką procentowo grupę wszystkich reklam, które pojawiały się na łamach *Zwierciadła* (dominowały w nim propozycje dotyczące kosmetyków). W ciągu trzech lat było to zaledwie 138 inseratów; co dawało średnio 3 anonse na jeden numer.

Nie miały one swojego stałego miejsca w periodyku; drukowano je w ramach różnych jego działów, częściej jednak w drugiej części magazynu. Inseraty przyjmowały różną objętość; zazwyczaj wydawcy starali się maksymalnie wykozystać wykupiony moduł, zamieszczając w jego obrębie informację o więcej niż jednym tytule (maksymalnie w jednym ogłoszeniu pojawiły się 24 propozycje²⁴).

²³ Hasło reklamowe jednego z anonosów wydawniczych. Zob. *Zwierciadło* 2003, nr 11, s. 45.

²⁴ Zob. *Zwierciadło* 2002, nr 1, s. 13.

W takim wypadku elementem najbardziej wyraźnym w anonsie były (podobnie jak w przypadku recenzji) kopie okładek polecanych książek, a tekst, jeśli się pojawiał, był znacznie mniej czytelny. Można powiedzieć, że taki schemat był regułą. Zdarzały się jednak wyjątki, w których proporcje pomiędzy wymienionymi elementami reklamy były inne.

Kopia okładki reklamowanej książki pojawiała się w każdym ogłoszeniu. To ona odgrywała rolę pierwszoplanową. Stanowiła, obok informacji o edytorze, stały element anonsów wydawniczych. O ile jednak informacje dotyczące wydawcy nierzadko podawano u dołu ogłoszenia, małą czcionką, o tyle zdjęcie okładki było zazwyczaj pierwszym elementem, który zwracał uwagę czytelnika. Niekiedy obok niej znajdowało się krótkie streszczenie proponowanej książki, rzadziej informacje dotyczące autora. Dodatkowymi składnikami anonsów były niekiedy hasła reklamowe o charakterze ogólnym, czasem tylko nawiązujące do treści książki lub jej popularności. Stosunkowo często pojawiały się z kolei informacje wskazujące na to, że magazyn był patronem medialnym reklamowanej książki. Warto również podkreślić, że w reklamach wykorzystywano zazwyczaj żywe, przykuwające wzrok odbiorcy kolory.

W latach 2001–2003 na łamach pisma w ogłoszeniach wydawniczych znalazło się 56 nazwisk autorów (29 polskich i 27 obcych). O ile zatem w odniesieniu do recenzji dysproporcje pomiędzy twórcami rodzimymi a obcymi były wyraźne, o tyle w tym wypadku zachowana została (zapewne w sposób niezamierzony) pewna równowaga. Jednocześnie warto zwrócić uwagę na typ reklamowanych książek. Lista nazwisk autorów jest bowiem tyleż interesująca, co (być może) zaskakująca. Na przykład obok Katarzyny Grocholi, Iris Murdoch i Ursuli K. Le Guin pojawia się Adam Mickiewicz, Bolesław Prus i Stefan Żeromski. Tytuły zaliczane do kanonu lektur szkolnych proponowane były wraz z popularną literaturą kobiecą oraz literaturą fantasy. Bardzo rzadko powtarzano reklamę tej samej książki czy choćby tego samego autora. Najwięcej, bo trzykrotnie, przypomniano o książkach Beaty Pawlak (były to dwa tytuły: „Aniołek”²⁵ i „Piekło jest gdzie indziej”²⁶), dwukrotnie zaproponowano między innymi „Pana Tadeusza” Mickiewicza²⁷ oraz powieść Moniki Szwai „Jestem nudziarą”²⁸.

Częstszym zwyczajem była reklama kilku tytułów tego samego autora w anonsie wydrukowanym jednorazowo. W ten sposób zachęcano na przykład do kupna cyklu powieściowego, którego autorem był Max Gallo („Napoleon. Cesarz królów”; „Napoleon. Nieśmiertelny ze Świętej Heleny”; „Napoleon. Pieśń wymarszu”; „Napoleon. Słońce Austerlitz”²⁹). Warto zauważyć, że reklama tych tytułów pojawiła się w sporadycznie drukowanym dziale „Jak kochali”, obok tekstu poświęconego miłości cesarza Francuzów i jego żony Józefiny. Takie (prawdopo-

²⁵ Zob. *Zwierciadło* 2003, nr 8, s. 97; 2003, nr 12, s. 123; 2003, nr 9, s. 77.

²⁶ Zob. *Zwierciadło* 2003, nr 12, s. 123.

²⁷ Zob. *Zwierciadło* 2002, nr 5, s. 65; 2002, nr 1, s. 13.

²⁸ Zob. *Zwierciadło* 2003, nr 8, s. 97; 2003, nr 9, s. 77.

²⁹ Zob. *Zwierciadło* 2003, nr 1, s. 75.

dobnie zamierzone) zbieżności zdarzały się jednak rzadko. Przeważnie reklama wydawnicza zamieszczana była bez wyraźnego związku z tekstem wydrukowanym na danej stronie.

Autorzy, których nazwiska pojawiły się kilkakrotnie w jednorazowym ogłoszeniu, tworzą grupę bardzo zróżnicowaną w zakresie typu uprawianej literatury. Można na przykład odnaleźć propozycje autorstwa Candace Bushnell („Cztery blondynki”; „Seks w wielkim mieście”³⁰), ale i Władysława Reymonta („Chłopi”, t. 1–2; „Ziemia obiecana”³¹) i Stefana Żeromskiego (proponowano czytelnikom kupno następujących lektur: „Ludzie bezdomni”, „Szyfowe prace”, „Wierna rzeka”³²).

Taki zestaw był wynikiem tego, że w grupie 14 edytorów, którzy zdecydowali się na tę formę promocji swojej oferty, część specjalizowała się w wydawaniu literatury pięknej, inni zaś proponowali publikacje naukowe, poradniki i encyklopedie. Potwierdzeniem tego wniosku są dane zamieszczone w tabeli poniżej:

Tabela 1. Wydawcy, którzy zamieścili reklamy na łamach *Zwierciadła* w latach 2001–2003

Lp.	Nazwa wydawcy	Liczba reklamowanych tytułów
1	Wydawnictwo Kurpisz SA	23
2	Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne	11
3	Wydawnictwo „Książka i Wiedza”	11
4	Wydawnictwo Prószyński i S-ka	9
5	Wydawnictwo Literackie	5
6	Dom Wydawniczy „Rebis”	4
7	Zysk i S-ka	3
8	Wydawnictwo Korba	1
9	Wydawnictwo Naukowe PWN	1
10	Hachette Livre Polska	1
11	Oficyna Literacka Noir sur Blanc	1
12	Wydawnictwo Readers Digest	1
13	Wydawnictwo „Zwierciadło”	1
14	Wydawnictwo Czarne	1

Źródło: badania własne.

Najwięcej tytułów oferowało Wydawnictwo Kurpisz SA (publikacje naukowe i popularnonaukowe, poradniki i leksykony), nieco mniej Gdańskie Wydawnic-

³⁰ Zob. *Zwierciadło* 2001, nr 12, s. 49.

³¹ Zob. *Zwierciadło* 2002, nr 1, s. 13.

³² *Ibidem*.

two Psychologiczne oraz Wydawnictwo „Książka i Wiedza” (oferta częściowo zbliżona do pierwszej z wymienionych oficyn). Zarówno klasykę, jak i w tym wypadku głównie współczesną literaturę popularną reprezentują między innymi Wydawnictwo Prószyński i S-ka oraz Dom Wydawniczy „Rebis”.

Przez dwie podstawowe formy informacji o książce – recenzję i ogłoszenie wydawnicze – czytelnicy *Zwierciadła* w ciągu trzech dowiedzieli się w sumie o książkach 257 różnych autorów³³. W 12 wypadkach nazwiska twórców pojawiły się zarówno w omówieniu, jak i w reklamie. W tabeli 2 przedstawiono tych pisarzy (oraz tytuły ich utworów), których można odnaleźć w obydwu formach promocji książki:

Tabela 2. Pisarze, których nazwiska pojawiły się w recenzji i reklamie na łamach *Zwierciadła* w latach 2001–2003

Lp.	Nazwisko twórcy	Tytuł recenzowanej książki (wydarzenie)	Tytuł reklamowanej książki
1	Jurij Andruchowycz		„Perwersja”
2	Janet Fitch		„Biały oleander”
3	Aleksander Fredro	„Zemsta” (ekranizacja) „Dożywocie” (inscenizacja)	„Komedie”
4	Katarzyna Grochola	„Nigdy w życiu!” „Związki i rozwiązania miłosne” ³¹	„Upoważnienie do szczęścia”
5	Roma Ligocka		„Kobieta w podróży”
		„Dziewczynka w czerwonym płaszczyku”	
6	Jerzy Płazewski		„Historia filmu”
7	Ryszard Sadaj		„Terapia Pauliny P.”

³³ Liczba ta (257 pisarzy) jest mniejsza niż suma wymienionych wcześniej cyfr wskazujących na liczbę nazwisk pisarzy pojawiających się w recenzjach (213) i reklamach (56). Wynika to z faktu, że w kilkunastu przypadkach nazwiska te powtórzyły się zarówno w omówieniu książki wybranego pisarza, jak i w reklamie jego dzieła.

8	Henryk Sienkiewicz	„Quo vadis” (ekranizacja)	
		„Quo vadis”	„Krzyżacy”
9	Izabela Sowa	„Smak świeżych malin”	„Herbatniki z jagodami”
10	Dorota Terakowska	„Córka czarownicy”	„Poczwarka”
11	Janusz L. Wiśniewski	„Samotność w sieci” „Zespoły napięć”	„Martyna”

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Zwierciadło* 2001–2003.

W sześciu przypadkach ta sama książka została zrecenzowana i stała się przedmiotem reklamy. Jak wynika z analizy, tylko w jednym wypadku omówienie poprzedziło reklamę, w czterech najpierw ukazała się reklama tytułu, a następnie jego prezentacja, pochodząca od redakcji, jeden zaś tytuł stał się przedmiotem recenzji i reklamy w tym samym numerze, przy czym omówienie znalazło się stroną wcześniej niż reklama³⁴.

Zmierzając ku wnioskom, należy podkreślić, że w obydwu formach informacji o książce nie zaobserwowano wyraźnej tendencji do promocji twórców, którzy byliby stałymi gośćmi list bestsellerów w badanym okresie. Wyjątkami w odniesieniu do recenzji mogą być propozycje prozy takich autorów, jak Jonathan Carroll („Białe jabłka”), Paulo Coelho („Podręcznik wojownika światła”), Katarzyna Grochola („Nigdy w życiu!”; „Związki i rozwiązki miłosne”), Helen Fielding („Dziennik Bridget Jones”) czy Olga Tokarczuk („Lalka i perła”) oraz William Wharton („Nie ustawaj w biegu”). Nieco częściej pojawiały się nazwiska także znane, choć polecane w tym wypadku tytuły nie zajmowały już pierwszych

³⁴ Jedynie w przypadku „Historii filmu” najpierw pojawiła się recenzja tytułu (luty, 2002), a dopiero później jej reklama (maj, 2002). Cztery tytuły czytelnicy pisma mogli poznać najpierw w postaci reklamy wydawniczej, a dopiero później mieli możliwość zapoznać się z opinią redakcji na temat tych książek, a mianowicie reklama książki J. Andruchowicza została zamieszczona w numerze czerwcowym 2003 r., jej recenzja – w wydaniu październikowym w tym samym roku. Ogłoszenie anonsujące powieść J. Fitch znalazło się w periodyku w numerze z grudnia 2001 r., a omówienie dopiero niemal półtora roku później, w kwietniu 2003 r. Podobnie było z powieścią „Terapia Pauliny P.”: reklama znalazła się w piśmie w maju 2002 r., recenzja pojawiła się kilka numerów później, w numerze wrześniowym tegoż roku. Reklama „Quo vadis” H. Sienkiewicza znalazła się z kolei w styczniowym wydaniu w 2001 r., recenzja zaś ekranizacji tej powieści pojawiła się w październikowym numerze tegoż roku. Interesującym, choć jednostkowym przypadkiem jest „Kobieta w podróży” R. Ligockiej: zarówno recenzja, jak i reklama tej książki znalazła się w tym samym numerze (2002, nr 11), przy czym najpierw tytuł został zrecenzowany (na stronie 70), a następnie zamieszczono jego reklamę (na stronie 71).

miejsz w rankingach bestsellerów. W grupie twórców „modnych” w owym czasie znaleźli się, poza już wspomnianymi, na przykład Karen Blixen („Uczta Babette i inne opowieści”), Małgorzata Domagalik („Siostrzane uczucia”), Magda Dygat („Biedna pani Morris”), Izabela Filipiak („Kultura obrażonych”), Agnieszka Graff („Świat bez kobiet”), Barbara Kosmowska („Prowincja”, „Teren prywatny”), Joanna Olczak-Ronikier („W ogrodzie pamięci”), Susan Sontag („W Ameryce”) i Wiktor Pielewin („Generation P.”).

Specyfika książek reklamowanych została omówiona wcześniej.

Pod względem formalnym obydwie przedstawione formy promocji książki były starannie przygotowywane. W odniesieniu do recenzji zwraca uwagę wpisujący się w program miesięcznika dobór proponowanych lektur propagujący określony wzór osobowy kobiety. Graficzne opracowanie ogłoszeń oraz ich forma powodowały z kolei, że komponowały się one z zawartością magazynu w sposób przemyślany, żywe barwy przykuwały zaś uwagę odbiorcy.

Bibliografia

- Franke J. (1999): *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918*, Warszawa.
- Mielczarek T. (2007): *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa.
- Sarzyński P. (1992): *Gazetowa Polka*, *Polityka*, nr 51.
- Sokół Z. (1998): *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Rzeszów.
- Zwierciadło* 2001–2003.

STRESZCZENIE

Recenzja i reklama książki w kobiecym *Zwierciadło* (w latach 2001–2003)

Związki pomiędzy prasą a książką są znane od końca XVII w. Informacje o literaturze występują w czasopiśmie w różnych formach. Początkowo miały postać głównie ogłoszeń wydawniczych i recenzji. Następnie zaczęto drukować nowele, a także opowiadania i poezję. Dziś, gdy książka musi konkurować z innymi rodzajami mediów, w tym z internetem, promocja literatury wydaje się szczególnie ważna. W prezentowanym artykule przedstawiono dwie podstawowe formy informacji o książce: recenzję i ogłoszenie wydawnicze, drukowane na łamach magazynu *Zwierciadło* w latach 2001–2003.

Słowa kluczowe: książka, prasa, recenzja, reklama, ogłoszenie wydawnicze, *Zwierciadło*