



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Recenzja, rekomendacja, informacja czy promocja? Książki zabawki na łamach magazynów parentingowych w latach 2005-2010

Author: Agnieszka Maroń

Citation style: Maroń Agnieszka. (2012). Recenzja, rekomendacja, informacja czy promocja? Książki zabawki na łamach magazynów parentingowych w latach 2005-2010. "Nowa Biblioteka" (Nr 1 (2012), s. 153-178).



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Agnieszka Maron

Zakład Czytelnictwa

Instytut Bibliotekoznawstwa i Informatyki Naukowej

Uniwersytet Śląski w Katowicach

e-mail: agnieszka.maron@gmail.com

**RECENZJA, REKOMENDACJA, INFORMACJA CZY PROMOCJA?
KSIĄŻKI ZABAWKI NA ŁAMACH MAGAZYNÓW PARENTINGOWYCH
W LATACH 2005-2010**

ABSTRAKT:

Przedstawiono polskie magazyny parentingowe osiągające najwyższe wyniki sprzedaży w latach 2005-2010. Poddano analizie ich zawartość ze szczególnym uwzględnieniem rubryk zawierających opisy książek zabawek. Analiza dotyczyła treści artykułów i formy zewnętrznej rubryki: układu graficznego, proporcji liczby zdjęć do tekstu oraz obecności treści reklamowych. Badane czasopisma w różny sposób prezentowały książki zabawki i literaturę dziecięcą: jedne ograniczały się do krótkich tekstów informacyjnych o charakterze marketingowym, podczas gdy inne umieszczały bardziej obszernie teksty, przekazujące wiele cennych informacji. Najczęściej występującym niedociągnięciem w opisach książek we wszystkich omawianych magazynach był brak danych bibliograficznych.

SŁOWA KLUCZOWE:

Książka dla dzieci. Książka zabawka. Magazyn parentingowy. Prasa. Recenzja.

Gwałtowny rozwój polskiej gospodarki, który nastąpił w ostatnim dziesięcioleciu XX w., dał się zauważyć także w segmencie książek dla dzieci. W kontakcie z kulturą zachodnią – nasyconą kolorami i dostarczającą intensywne bodźców – powojenny dorobek krajowego rynku wydawniczego wydawał się nijaki, smutny i pozbawiony barw. Znaczny wpływ miał na to fakt, że polskie techniczne zaplecze poligraficzne znajdowało się na dużo niższym poziomie niż w takich krajach, jak Niemcy, Wielka Brytania czy Francja. Nawet znakomite ilustracje twórców z kręgu Polskiej Szkoły Ilustracji, którzy zostali docenieni niemal na całym świecie, drukowane w takich warunkach, nie wywoływały w polskim adresacie odpowiedniego wrażenia. Szerokie grono odbiorców przychylnie przyjęło więc ofertę zagranicznych koncernów wydawniczych, często opartą na tytułach licencyjnych oraz możliwości nowych polskich wydawnictw, np.: Wilgi, Debitu czy Siedmiorogu, które skierowały swą ofertę do najmłodszych. Na przełomie XX i XXI w. rynek książki dla dzieci stale się powiększał i jednocześnie coraz bardziej się różnicował. W 2001 r. na rynku pojawiło się 7 000 egzemplarzy książek zaliczanych do literatury pięknej dla dzieci [20, s. 6], w ciągu następnych lat liczba ta systematycznie rosła i już 2 lata później wyniosła 13 300 egzemplarzy [21]. Kryzys gospodarczy wywarł jednak ogromny wpływ na segment książki dla dzieci, więc w 2010 r. liczba egzemplarzy zmalała do poziomu z 2005 r., czyli 9 000 [21].

Książki zabawki, nazwane przez Joannę Papuzińską *preksiążkami* służącymi do zabawy i manipulacji [18, s. 12], podsuwane są najmłodszym dzieciom u początku ich drogi czytelniczej. Gatunek ten jest już bardzo rozbudowany i nie ogranicza się tylko do szmacianek, rozkładanek, książeczek kąpielowych i dźwiękowych. Rozwój technologiczny umożliwia włączenie różnorodnych elementów ludycznych, także do książek dla przedszkolaków i starszych dzieci, np. do książek popularnonaukowych. Wśród oficyn wydawniczych, które kładą silny nacisk na wzbogacanie swojej oferty książek zabawek i stale proponują czytelnikom ich nowe odmiany, są takie firmy jak: Wilga, FK Olesiejuk czy Debit.

Odrębną kwestią pozostaje problem, w jaki sposób dorośli, rodzice, opiekunowie czy wychowawcy zdobywają informacje na temat nowości wydawniczych z rynku książek dla dzieci. W najpopularniejszych środkach przekazu, takich jak telewizja czy radio, które poddane są prawom ekonomii i rynku, brak najczęściej miejsca na tak „niekomercyjny” produkt, jak książka dziecięca. Natomiast zasoby Internetu, z punktu widzenia zwykłego odbiorcy, nie są w żaden sposób uporządkowane i często poszukujący informacji nie mają możliwości ustalenia, kim jest autor tekstu i czy jest wiarygodny. W cyberprzestrzeni możliwość umieszczania własnych treści mają nie tylko instytucje państwowe czy

koncerny, ale także osoby prywatne. Jednak anonimowość Internetu sprawia, że możliwe jest nieetyczne wykorzystywanie jego potencjału, na przykład przez stosowanie marketingu wirusowego, czyli przedstawianie treści komercyjnych jako prywatnych opinii zwykłych użytkowników [15]. Na ten problem zwracają uwagę przedstawiciele wydawców prasy, m.in. Iwona Szajkowska, reprezentująca wydawcę magazynu „Dziecko”: „Zalew nieraz sprzecznych informacji, jakie można znaleźć w Internecie, powoduje chaos i dlatego rodzice mają potrzebę oparcia się na autorytecie i konkretnych danych” [22]. Takie konkretne i wiarygodne dane miałyby dostarczać właśnie gazety i czasopisma. Prasa parentingowa oferuje wiele tytułów czasopism skierowanych do rodziców wychowujących dzieci najmłodsze (najczęściej do 6 roku życia), w których omawiane są najróżniejsze aspekty dzieciństwa: zdrowie, żywienie, rozwój ruchowy i emocjonalny, ale także zabawa i edukacja. Część pism wprowadza ponadto teksty promujące kulturę, w tym zagadnienia związane z literaturą i książką dziecięcą. Teksty te mają nie tylko charakter sporadycznych artykułów omawiających rolę książki i czytania w rozwoju dziecka czy prezentujących konkretne pozycje z literatury dziecięcej, które mogą pomóc rodzicom w rozwiązaniu dziecięcych problemów. Wydawcy prasy dostrzegli rozwój rynku książki, na którym nieustannie pojawiają się nowe tytuły, i z tego powodu decydują się na umieszczenie w czasopismach stałej rubryki zawierającej recenzje nowości książkowych.

Polski rynek prasy parentingowej

Związek Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP) gromadzi szczegółowe dane dotyczące rozmiaru polskiego rynku prasy i udziału w nim poszczególnych tytułów. ZKDP regularnie udostępnia informacje na temat wysokości nakładów gazet i czasopism oraz liczby egzemplarzy rozprowadzonych w dystrybucji płatnej i bezpłatnej.

Tab. 1. Średni nakład magazynów parentingowych w latach 2005-2010.

Tytuł \ Rocznik	2005	2006	2007	2008	2009	2010
„Dziecko”	131 743	157 650	159 718	156 827	145 178	141 559
„Mam Dziecko”	149 953	163 137	160 481	171 675	158 893	146 633
„Mamo, to Ja”	157 135	176 836	177 271	179 964	156 927	147 908
„Rodzice”	112 493	132 500	115 330	157 299	127 084	93 254
„Twoje Dziecko”	116 165	140 278	141 639	137 010	118 775	112 303
„Twój Maluszek”	203 080	202 113	186 933	181 666	170 195	148 217

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ZKDP [24].

Z danych zawartych w Tab. 1 wynika, że udział poszczególnych magazynów w rynku prasy na przestrzeni analizowanych 6 lat ulegał tylko niewielkim wahaniom. Na skutek tego, w nieznacznym stopniu zmieniały się ich pozycje w rankingu najlepiej sprzedających się czasopism dla rodziców. Pierwsze 3 miejsca niezmiennie zajmowały kolejno: „Twój Maluszek”, „Mamo, to Ja” oraz „Mam dziecko”. Dalej ulokowały się magazyny „Dziecko” i „Twoje Dziecko”. Do pierwszej piątki nie zaliczał się magazyn „Rodzice”. Wyjątkiem były lata 2008 i 2009, gdy czasopismo miało zwiększony nakład. Nie uchroniło to jednak pisma od negatywnych wpływów kryzysu gospodarczego, gdyż na początku roku 2010, koncern G+J – wydawca magazynu „Rodzice” – zdecydował się na zmniejszenie częstotliwości ukazywania się czasopisma z miesięcznika do kwartalnika.

Niewątpliwie jako pozytyw należy przyjąć fakt, że spośród 5. najpopularniejszych w Polsce magazynów dla rodziców tylko 1 – „Twój Maluszek” – nie zawiera stałej rubryki poświęconej książkom dla najmłodszych czytelników. Związane jest to jednak z charakterem magazynu, który wydawca – Edipresse Polska – prezentuje jako „domowego pediatrę”, który „błyskawicznie znajduje rozwiązania codziennych problemów dręczących każdą mamę” [11]. Zgodnie z założeniami redakcji „Twój Maluszek” poświęcony jest głównie problemom zdrowia oraz żywienia niemowląt i małych dzieci, przy czym ogranicza się do bardzo krótkich, praktycznych informacji. Magazyn ukazuje się od października 2005 r. i błyskawicznie przejął, właściwie na stałe, pierwsze miejsce w rankingu sprzedaży. Ten sukces marketingowy nie wynikał jednak tylko z faktu publikowania niewielkich objętościowo materiałów. Dodatkowym atutem było to, że poza rozpowszechnianiem płatnym, część nakładu rozsyłano nieodpłatnie młodym mamom przez pierwsze 2 lata życia ich dziecka. „Twój Maluszek” był też pierwszym na polskim rynku magazynem parentingowym, którego regularna cena sprzedaży bez dodatków wynosiła 1 zł.

Książka zabawka i jej recenzowanie

Czasopisma: „Dziecko”, „Mam Dziecko”, „Mamo, to Ja” oraz „Twoje Dziecko” posiadają stałą rubrykę, która popularyzuje książki dla najmłodszych dzieci. Należy jednak zaznaczyć, że mimo wielu elementów wspólnych, każda rubryka jest inna i odzwierciedla odmienny stosunek redakcji do literatury dziecięcej. Na potrzeby tego artykułu analizie poddana została treść stron poświęconych książkom dziecięcym w magazynach: „Mam Dziecko”, „Mamo, to Ja”, „Dziecko” oraz „Twoje Dziecko” w numerach z lat 2005-2010. Obserwacja ta miała na celu

ustalenie ogólnego charakteru rubryki oraz rozpoznanie, w jakim stopniu jej twórcy uwzględniają potrzeby swoich najmłodszych odbiorców i przekazują informacje o książkach zabawkach. Poszukując w czasopiśmie recenzji literackich, potraktowano pojęcie książki zabawki w jego najszerszym zakresie. W niniejszym tekście pojęcie „książka zabawka” oznacza książkę, dla której prawdziwe jest przynajmniej jedno z poniższych stwierdzeń:

- do jej produkcji użyto tworzywa innego niż papier;
- jej format odbiega od tradycyjnej formy kodeksu;
- posiada tradycyjną postać kodeksu, ale wzbogacono ją elementami o charakterze ludycznym (figurki, kredki, grzechotka, latarka itp.);
- zamieszczone w niej ilustracje wychodzą poza płaszczyznę strony (rozkładanki 3D i 2D);
- zawiera elektroniczny panel lub przycisk umożliwiający wytwarzanie dźwięku.

Definicja terminu „recenzja” zwraca uwagę, że jej charakter uzależniony jest od miejsca publikacji, co za tym idzie, w prasie codziennej pojawiają się głównie recenzje o charakterze informacyjnym, nie realizujące pozostałych funkcji przypisywanych tradycyjnie temu gatunkowi wypowiedzi dziennikarskiej. Wspomniane funkcje – oprócz informacyjnej – to: ocenianie, kształcenie gustów odbiorców oraz refleksja krytyczna [23]; niestety rzadko są uwzględniane w rubrykach z recenzjami książek w magazynach dla rodziców. Ocena i refleksja krytyczna nad książką zabawką, której treść jest zazwyczaj bardzo krótka i niekiedy wręcz banalna, nie wymaga wiele wysiłku ze strony recenzenta. Ważne jest, aby tekst każdej książki dziecięcej spełniał wszystkie wymogi poprawności językowej i stylistycznej, więc zadaniem dziennikarza jest zwrócenie uwagi na ten aspekt w swojej wypowiedzi i wskazanie ewentualnych niedociągnięć. W przypadku książek zabawek ocenie powinna podlegać także sfera wizualna dzieła (dobór kolorów i stylistyka ilustracji), jej konstrukcja, tj.: trwałość materiału, poziom bezpieczeństwa dziecka w kontakcie z nią (obecność drobnych elementów, możliwość rozerwania kart itp.), łatwość obsługi elementów ruchomych i dźwiękowych, i ich wytrzymałość. Niezbędne wydaje się także omówienie aspektu ludyczności, jako elementu, który w zamierzeniach wydawcy ma odgrywać rolę „wabika”, elementu przyciągającego odbiorcę do tej konkretnej książki. Teoretycy dziennikarstwa zwracają ponadto uwagę, że „każda, nawet najkrótsza, recenzja musi się składać z dokładnego przedstawienia dzieła: tytuł, imię i nazwisko twórcy [...], w wypadku książki wydawnictwo, liczba stron, kolejne wydanie, wskazana cena” [23]. Do tej listy elemen-

tów składowych „idealnej” recenzji książki zabawki z punktu widzenia badacza, a także odbiorcy, należy jeszcze dodać informację na temat sugerowanego minimalnego wieku czytelnika. Dalsza analiza wykaże czy twórcy recenzji zamieszczanych w magazynach parentingowych starają się chociażby dążyć do tego wzorca.

Analiza recenzji książek zabawek w wybranych magazynach parentingowych

Pozycje wymienionych tytułów magazynów dla rodziców, w okresie będącym przedmiotem niniejszej analizy (2005-2010), w rankingach sprzedaży ulegały niewielkim wahaniom, więc w takiej samej kolejności zostaną one zaprezentowane w niniejszym artykule: „Mamo, to Ja”, „Mam Dziecko” a następnie „Dziecko” oraz „Twoje Dziecko”.

„Mamo, to Ja”

W 1995 r. na polskim rynku zaistniała, dzięki zakupowi 50% udziałów w Domu Wydawniczym „Helvetica”, szwajcarska grupa wydawnicza Edipresse. Magazyn „Mamo, to Ja”, zajmujący w ostatnich latach w rankingach sprzedaży drugą pozycję, ukazywał się od tego samego roku „pod szyldem” Domu Wydawniczego „Helvetica” i był wzorowany na „Tu Bebé” [18, s. 44] – magazynie, który Edipresse wprowadził na rynek hiszpański w 1993 r. [8]. Przez pierwsze 10 lat „Mamo, to Ja” funkcjonowało w niezmiennej szacie graficznej, dopiero w 2006 r. po kolejnej zmianie na stanowisku redaktor naczelnej, które po Annie Zaleskiej przejęła Magdalena Klimkowska, odświeżono czasopismo, zmieniając znaczną część jego makiety.

Przeobrażeniu uległa wtedy także rubryka poświęcona książkom dla dzieci prowadzona przez Katarzynę Kubisiowską. Do 2006 r. rubryka zajmowała 1 stronę, na górze której znajdował się stały tytuł rubryki „Czytaj z nami...”. Lewy górny róg przeznaczono na przedstawienie czytelnikom recenzentki: umieszczano w tym miejscu zdjęcie dziennikarki i krótki tekst. Co istotne – fotografia była dużych rozmiarów, obejmowała niemal całą sylwetkę i nie miała charakteru formalnego: była fotografią Katarzyny Kubisiowskiej obejmującej siedzącego na jej kolanie synka: „Katarzyna Kubisiowska. Krakowianka, absolwentka filmoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego. Współautorka książek o filmie i literaturze. Mama ponadtrzyletniego Tadeusza, z którym często prowadzi pasjonujące rozmowy o ... przydatności wywrotek i dźwigów. Entuzjastka «Czarodziejskiej Góry» oraz «120 przygód Koziołka Matołka». Wolny czas spędza w kinie oraz na grze z synem w «nogę»” [3, 2005, nr 1, s. 70].

Na przestrzeni lat w tekście uaktualniano jedynie informację na temat wieku chłopca, jego zainteresowań i niekiedy zmieniano kolejność podawania niektórych danych. Zdjęcie było stałym elementem rubryki i nie zastępowano go innym. Zmiany tekstu nie wpływały na charakter notatki, której celem było uczynienie obcej czytelnikom dziennikarki, osobą znajomą, przede wszystkim matką kochającą swoje dziecko, mającą podobne zainteresowania, pasje i problemy życia codziennego. Jednocześnie informacja na temat wykształcenia i działalności twórczej wyróżniały ją z grona innych matek i uprawomocniały jej status jako autorki recenzji książkowych.

Kolejny stały element rubryki „Czytaj z nami...”, niemający bezpośredniego związku z literaturą dziecięcą, to „Czy wiesz że...”, czyli krótkie ciekawostki z różnorodnych dziedzin umieszczane zaraz pod tekstem o K. Kubisiowskiej. Były to zarówno porady o wychowywaniu „mola książkowego”, jak i wiadomości z historii literatury: „pierwsze książki dla dzieci powstały w epoce oświecenia. Poświęcone były idei wychowania obywatelskiego. Dopiero Maria Konopnicka baśnią «O krasnoludkach i sierotce Marysi» wniosła do tej literatury trochę fantastyki” [3, 2005, nr 9, s. 70].

W lewym dolnym rogu znajdowała się podrubryka „Dla mamy”, w której reklamowano jednorazowo 1 książkę, mogącą zainteresować dorosłych czytelników. Pozostała płaszczyzna strony (około 70%) poświęcona była wyłącznie recenzjom książek dla dzieci. Były to zazwyczaj 3 teksty, z których każdy miał odrębny tytuł i przedstawiał czytelnikom 1 lub kilka publikacji. Pod każdym tekstem zamieszczano informacje formalne: tytuł książki, imię i nazwisko autora tekstu, tłumacza, autora ilustracji lub osoby odpowiedzialnej za opracowanie graficzne, a także nazwę wydawcy, miejsce i rok wydania, cenę okładkową i sugerowany wiek czytelników. Jak wspomniano wcześniej, pojedyncza recenzja najczęściej poświęcona była 1 tytułowi, ale w przypadku książek zabawek zazwyczaj tematem były całe serie (do 4 tytułów) lub kilka książek o podobnym charakterze czy tematyce. W 2005 r., przed odświeżeniem czasopisma, z 3 tekstów zazwyczaj 1 prezentował książki zabawki i chociaż dotyczył najczęściej kilku tytułów, był znacznie krótszy niż pozostałe. Należy jednak zwrócić uwagę, że mimo bardzo skondensowanej formy, dawał on czytelnikom najistotniejsze informacje: 1-2 zdania charakteryzowały treść książki, a kolejne przedstawiały elementy ludyczne, ich funkcjonowanie bądź atrakcyjność dla małego czytelnika.

Każda z recenzji opatrzona była co najmniej 1 zdjęciem przedstawiającym okładkę i niekiedy drugim, ukazującym wnętrze książki. Jeśli recenzja odnosiła się do książki zabawki, w większości przypadków poza

zdjęciem okładki umieszczano także zdjęcie przedstawiające jej najbardziej atrakcyjne elementy: rozkładaną ilustrację, otwierane klapki, puzzle lub figurki.

Modyfikacja warstwy wizualnej całego czasopisma, której dokonano na początku 2006 r., wniosła wiele zmian także do rubryki K. Kubisiowskiej. Poważnym krokiem było powiększenie rubryki, na którą przeznaczano od tej chwili całą rozkładówkę. Stałym elementem stał się blok reklamowy, udostępniany wydawcom książek dla dzieci, zajmujący około 30% strony nieparzystej. W lewym górnym rogu strony, w nagłówku, umieszczono nowy tytuł rubryki: *Przedszkolak. Nowości z księgarni. Katarzyna Kubisiowska*, a przez środek całej rozkładówki biegł niebieski pas wysokości około 3 cm, na którym białą czcionką drukowano bieżący tytuł (niejako nadrzędny dla wszystkich recenzji z danego numeru) oraz mniejszą czcionką, 1 lub 2 zdania wprowadzające. Redakcja zupełnie natomiast zrezygnowała ze zdjęcia i „profilu” dziennikarki prowadzącej rubrykę oraz z podrubryk „Czy wiesz że...” i „Dla mamy”.

W pierwotnym układzie strony poszczególne recenzje były niejako rozrzucone na stronie i choć ilustrujące je zdjęcia bezpośrednio z nimi sąsiadowały, to czytelnik mógł mieć problem z przyporządkowaniem obrazu do książki. Recenzje nie były w żaden sposób od siebie oddzielone, a brak jasno wydzielonych pól przeznaczonych na zdjęcie i opis pojedynczej książki utrudniał orientację. Nowa rubryka została podzielna na 2 części przez poziomy pas z tytułem bieżącym. Dodatkowo w każdej z tych części następował dalszy podział na 2 lub 3 pionowe i równorzędne kolumny, z wyraźnie zaznaczoną pionową kreską, która je oddzielała. Umożliwiło to umieszczenie w rubryce 7-8 recenzji, z których każda miała odrębny tytuł i ilustrowana była nawet 6 zdjęciami. Mimo to całość nadal była czytelna, a odbiorca łatwo mógł powiązać ilustracje z tekstem recenzji.

Koncern Edipresse przez kilka miesięcy w 2009 r. współpracował z firmą OneStep, umożliwiającą zakup przez telefon produktów przedstawianych na łamach czasopism. W magazynie „Mamo, to Ja”, w dziale z recenzjami, obok niektórych tytułów pojawiło się hasło „Kup teraz. One step. Wyślij sms, zaakceptuj cenę, zapłać przy odbiorze” [3, 2009, nr 10, s. 78]. Oferowano w ten sposób także książki zabawki, m.in. interaktywne encyklopedie wydawnictwa Larousse.

W zmienionym układzie graficznym całej rubryki na najdłuższe recenzje przeznaczano bloki o wielkości nawet do 120 cm², podczas gdy krótsze mieściły się w prostokącie o wymiarach 12 x 6 cm. Dzięki temu znacznie zwiększyła się standardowa objętość recenzji książek zabawek, którą do tej pory ograniczano do 2-3 zdań. Teraz, na 72 cm² swobodnie

znalazło się miejsce dla kilku fotografii oraz dłuższego tekstu. Warto przytoczyć przykładową recenzję książki Ruth Brown *Stare drzewo*, wydanej w Polsce nakładem Firmy Księgarskiej Jacek Olesiejuk [5]: *Ekologia przyjaźni*

„Uwagę przykuwają tu wiktoriańskie ilustracje – bardzo stylowe, z imponującą paletą barw. Współczesny akcent to ostatnia strona – rozkładany obrazek z okienkami i detalami. Sama historia jest zacna, bo skupiona na ochronie środowiska, i do tego zajmująca, bo dobrze opowiedziana. Mieszkańcy wiekowego drzewa dowiadują się, że ich wspólny dom przeznaczony jest na ścięcie. Historia kończy się dobrze, ale przed jej finałem maluch dowie się, jak cenne i skuteczne jest solidarne działanie oraz jaką moc niesie prawdziwa przyjaźń” [3, 2008, nr 10, s. 86].

Autorka recenzji zreferowała dorosłemu czytelnikowi książkę, zwracając uwagę na jej zalety: piękne ilustracje, rozbudowaną rozkładankę, dobrze poprowadzoną narrację, a także treści kształtujące charakter dziecka, ukazujące mu zalety przyjaźni i współpracy. Trudno jednak określić, dlaczego recenzentka stwierdza, że historia skupia się na ochronie środowiska, być może zinterpretowała tak fakt, że akcja rozgrywa się w środowisku zwierząt, chcących uchronić zamieszkaną przez nie drzewo od wycinki. I rzeczywiście, jest to element, który może być przyczynkiem do rozmowy z dzieckiem na temat ochrony przyrody bądź wycinania starych drzew. Wątpliwości mogą także budzić pierwsze 2 zdania recenzji. Ilustracje Ruth Brown nawiązują w swej stylistyce do epoki wiktoriańskiej, ale pierwsze rozkładane ilustracje, podnoszące się w momencie obracania karty (takie jak ta umieszczona w książce) tworzył także w XIX w. Ernest Nister [17]. Tym samym niewłaściwe wydaje się określanie takiej rozkładanki mianem „współczesnego akcentu”.

Oprócz zwiększenia objętości rubryki i jej przejrzystości, inne zmiany nie miały już charakteru pozytywnego – minusem było znaczne ograniczenie danych bibliograficznych recenzowanych książek. Redakcja zamieszczała odąd pod recenzją wyboldowaną czcionką: tytuł, imię i nazwisko autora tekstu, nazwę wydawcy, cenę okładkową oraz sugerowany wiek czytelnika. Zrezygnowano tym samym z podawania: nazwiska tłumacza, roku i miejsca wydania, a co najważniejsze, nazwiska autora ilustracji, który – zwłaszcza w przypadku książek dla dzieci – na równi z autorem tekstu współtworzy całość dzieła.

Dział recenzji w magazynie „Mamo, to Ja” wyróżnia się na tle innych magazynów parentingowych liczbą tytułów książek zabawek, które pojawiły się na jego łamach. W latach 2005-2010 było ich 92. Na uwagę zasługuje też dobór tytułów, który charakteryzuje:

- bogactwo formy wydawniczej – K. Kubisiowska prezentowała czytelnikom książki z rozkładankami, ruchomymi elementami, puzzlami, figurkami, klapkami, rozsuwanymi stronami, szablonami, ilustracjami z wkomponowanym w nie materiałem oraz w formie harmonijki, książki-kostki, książki z wykrojnika, książki dźwiękowe, szmaciane, z pianki i inne;
- zróżnicowanie wiekowe odbiorców – recenzowane były książki przeznaczone nie tylko dla niemowląt i małych dzieci, ale także przedszkolaków i starszych dzieci;
- różnorodność gatunkowa – w rubryce pojawiały się proste historyjki, słowniki obrazkowe dla najmłodszych, książki-łamigłówki, opowiadania, literatura o charakterze popularnonaukowym i inna;
- mnogość przedstawicieli rynku wydawniczego – oferta obejmowała nie tylko wydawnictwa przodujące w produkcji książek zabawek, takie jak: Wilga, FK Olesiejuk, Debit czy Bellona. Pojawiały się ponadto: Muchomor, Aksjomat, Larousse, Siedmióróg, Arkady, Media Rodzina czy Format, w których repertuarze książki zabawki stanowią zaledwie niewielki procent;
- rozpiętość cenowa – redakcja nie ograniczała się do promowania książek z zakresu cenowego do 20 zł, które najłatwiej znajdują nabywców, ale uwzględniała także wartościowe pozycje popularnonaukowe z wieloma dodatkami, które choć znacznie uatrakcyjniają książkę, to jednocześnie podnoszą jej cenę (60-70 zł).

„Mam Dziecko”

Magazyn „Mam Dziecko”, będący inicjatywą koncernu Bauer, zaistniał na polskim rynku w 2002 r. pod tytułem „Magazyn dla Rodziców. Mama i Dziecko” jako dodatek do tygodnika „Tina”. Nowy magazyn spotkał się z zainteresowaniem czytelników, co najpewniej wiązało się z faktem, że niemiecki koncern, wydając istniejące od 1956 r. na rynku brytyjskim pismo dla rodziców „Mother & baby” [6], posiadał duże doświadczenie w tym segmencie. Wydawca zdecydował, że dodatek będzie samodzielnym czasopismem, jednak już w 2003 r. konieczna była zmiana jego tytułu, gdyż okazało się, że w Polsce prawo do nadawania swoim czasopismom tytułu „Mama i Dziecko” ma konkurencyjny Edipresse [7]. Pierwszy numer pod tytułem „Mam Dziecko” ukazał się w lipcu 2003 r.

W latach 2005-2010 omówienia książek nie miały swojego stałego miejsca w magazynie wydawanym przez koncern Bauer – przenoszono je z jednej rubryki do innej, tworzone dla nich odrębną rubrykę,

by za kilka miesięcy jednak połączyć ją z inną. W tym czasie, podobnych zmian było wiele i w połączeniu z faktem, że magazyn nie ma swojego stałego recenzenta, a opiniowanie literatury dziecięcej nie jest sygnowane nazwiskiem żadnego z dziennikarzy zatrudnionych w redakcji, to można sądzić, że informacja o książkach jest w tym czasopiśmie „drugoplanowym produktem”.

W 2005 r. w magazynie 1 stronę zajmowała rubryka „Książki... Nowości wydawnicze”, w której kolorystycznie wyodrębniono 3 podrubryki: „Dla mamy” (niekiedy ta podrubryka tytułowana była „Dla rodziców”), „Dla malucha” i „Dla starszaka”. Na całej stronie umieszczano 8-10 krótkich 2- lub 3-zdaniowych recenzji, które anonsowały jedynie treść książki. Pod lub nad tekstem znajdowały się informacje bibliograficzne: tytuł, autor tekstu, nazwa wydawnictwa i cena okładowa książki. Oprócz recenzji na stronie nie było innego tekstu pochodzącego od redakcji, choćby zmieniającego się co miesiąc tytułu, który obejmowałby klamrą wszystkie książki omawiane w bieżącym numerze.

Lutowy numer magazynu w 2006 r. ukazał się w zmienionym układzie, w którym recenzje książek znalazły się w rubryce „Dziecięcy świat”, opatrzonej stałym podtytułem: „Maluch najszybciej uczy się przez zabawę. Spośród mnóstwa zabawek, książek i gier trudno wybrać najlepsze. Zrób to z nami” [2, 2006, nr 2, s. 85]. Oprócz książek na jej łamach popularyzowano filmy oraz płyty z muzyką dziecięcą. Celem rubryki jednakże nie było recenzowanie, a jedynie informowanie o nowych produktach dla dzieci i rodziców. Płaszczyzna strony przykuwała uwagę jaskrawą kolorystyką. Już sam tytuł rubryki drukowano dużą czcionką – każda z liter miała inny kolor. Ponadto zamieszczano dużo zdjęć, a opisy i nazwy produktów umieszczano w polach tekstowych o intensywnych barwach.

Wszystkie prezentacje produktów rozplanowano na jednej stronie, z nich 1/4 dotyczyła książek. Na tej niewielkiej powierzchni przekazywano informacje o 4 a nawet 7 książkach wraz ze zdjęciem każdej okładki. Nie pozostawało już miejsca na tekst, który ograniczał się jedynie do tytułu, nazwy wydawcy i ceny okładowej. Nie podawano nawet nazwiska autora.

Magazyn w takiej postaci nie funkcjonował jednak długo, bo w listopadzie tego samego roku opisy książek zostały przeniesione do rubryki „Czytajmy razem!”. Nowa rubryka poświęcona była jedynie książkom, zajmowała 1 stronę, była bardziej stonowana pod względem graficznym i miała przejrzysty układ. Na lewym marginesie umieszczano napis „Kącik dobrej książki”, a na górze strony znajdował się tytuł „Książki. Czytajmy razem!”. Poniżej znajdował się krótki tekst zachęca-

jący do zapoznania się z treścią rubryki. Pozostałą płaszczyznę dzielono na 2 kolumny, z których w prawej wyodrębniano w poziomie 5 równych części, a w lewej 2 lub 3. Pozwalało to na umieszczenie recenzji 7-8 książek wraz ze zdjęciami okładek. Recenzje były dłuższe niż poprzednio (około 5-8 zdań) i nadal nie były sygnowane żadnym nazwiskiem czy pseudonimem. Zazwyczaj były to teksty o charakterze opisowym, ograniczające się do podania informacji o głównych wątkach fabuły. Zdarzało się jednak, że autor tekstu wprost polecał jakąś książkę, np. rekomendując ją jako idealną na prezent, a nawet – jak w przypadku książki Wolffa Erlbrucha *Wielkie pytanie* – informował o nagrodach przyznanych konkretnemu tytułowi bądź autorowi [2, 2007, nr 1, s. 91]. Recenzje książek zabawek niewiele różniły się od tych, których przedmiotem były inne tytuły literatury dziecięcej. Aspektowi ludycznemu najczęściej poświęcano dopiero ostatnie zdanie, mówiące, np. że część ilustracji jest ruchomych. Ograniczone były także dane bibliograficzne każdej pozycji: tytuł recenzowanej książki był jednocześnie tytułem recenzji, a pod nią znajdowała się nazwa wydawcy, cena okładowa i liczba stron. Redakcja zupełnie pomijała nazwiska autorów tekstu i ilustracji, które niekiedy pojawiały się w tekście recenzji, a czasem dało się je odczytać wyłącznie ze zdjęcia okładki.

Od 2007 r. stałym elementem rubryki stał się tekst reklamowy Firmy Księgarskiej Jacek i Krzysztof Olesiejuk, zajmując połowę lewej kolumny. Blok reklamowy został bardzo dobrze wkomponowany w układ graficzny całej strony: dopasowany zarówno krojem czcionki, jak i kolorystyką. Mimo że reklama różni się od innych recenzji tym, że jest umieszczona na kolorowym polu, a obok otaczającej ją ramki znajduje się informacja, iż to „artykuł sponsorowany”, czytelnik łatwo mógł przeoczyć te informacje i potraktować tekst *stricte* marketingowy jako redakcyjną recenzję. W „Mam Dziecko” FK Olesiejuk reklamował istotny element swojego repertuaru, czyli książki zabawki. Reklamy opatrywano czytelnymi zdjęciami i przyjaznym czytelnikowi tekstem, w którym nie tylko zwracano uwagę na fabułę książki, ale także na elementy interaktywne. Każda z reklam miała dodatkowo odrębny tytuł, podkreślający walory edukacyjne książek i zachęcała rodziców do zapoznania się z propozycjami wydawnictwa, np.: *Nauka i zabawa dla najmłodszych*, *Edukacja poprzez zabawę czy Dla dzieci ciekawych świata*.

Rubryka zachowywała stały związek z blokiem reklamowym. Poszczególne tytuły niekiedy najpierw były recenzowane przez redakcję, by w następnym numerze ponownie pojawić się w magazynie „Mam

Dziecko” w artykule sponsorowanym¹. Niektóre książki przebywały też drogę odwrotną – najpierw pojawiając się w tekstach reklamowych, a dopiero później w recenzji. Tak było w przypadku serii książek zabawek, których bohaterem jest krokodyl Pan Kłap (Tab. 2).

Tab. 2. Porównanie tekstu reklamowego i recenzji w magazynie „Mam Dziecko”.

Artykuł sponsorowany z magazynu „Mam dziecko” 2007 nr 1	Recenzja redakcyjna z magazynu „Mam Dziecko” 2007 nr 4
<p>Przygody Pana Kłapa.</p> <p>Nowe interaktywne książeczki dla najmłodszych dzieci. Tu wszystko jest kolorowe, rusza się i zaskakuje.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Puk! Puk! Panie Kłapie.</i> Książeczka pomaga uporządkować dzień od porannego wstawania po kolację. • <i>Panie Kłapie, czy już czas?</i> Książeczka uczy dziecko kolejnych czynności podczas ubierania. • <i>Tak jak Pan Kłap.</i> Pan Kłap macha do dzieci, porusza językiem, kłapie paszczą. Naśladując go, można się doskonale bawić! 	<p>Krokodyl Kłap</p> <p>Nowe interaktywne książeczki, których bohaterem jest wesoły krokodyl, pomagają najmłodszym dzieciom poznać i zrozumieć otaczający je świat. Pan Kłap przeżywa różne przygody i znajduje się w rozmaitych sytuacjach. Zawsze jednak macha do dzieci, porusza językiem i kłapie paszczą. Naśladując go można się doskonale bawić!</p>

Źródło: Opracowanie własne.

Recenzja jest tutaj wyłącznie parafrazą tekstu stworzonego przez pracowników działu marketingu wydawcy książki, a nawet powtarza pewne zwroty i zdania (por. Tab. 2). Powielone zostały również elementy graficzne. Zarówno recenzja, jak i tekst reklamowy ilustrowano tymi samymi zdjęciami książek, choć w nieco zmienionym układzie. Tak silne relacje między tekstami redakcyjnymi a artykułami opłaconymi przez wydawcę budzą wątpliwości co do obiektywizmu redakcji w doborze tytułów recenzowanych książek.

¹ Seria zeszytów z ćwiczeniami *Pszczołka* była recenzowana w numerze 3. w 2007 r., a w kolejnym – 4. numerze – pojawił się w miesięczniku tekst reklamowy promujący ten tytuł.

Rubryka „Czytajmy razem” funkcjonowała w takiej postaci przez ponad 3 lata, zniknęła z początkiem 2010 r. Opisy książek wróciły na łamy magazynu „Mam Dziecko” w numerze kwietniowym 2010 r. w nowej rubryce „Kultura. Rozrywka. Edukacja”, zajmując 1 rozkładówkę. Redakcja powróciła tym samym do idei prezentowania literatury dziecięcej w sąsiedztwie innych wytworów kultury i mediów. Paradoksalnie, poszerzenie rubryki nie przysłużyło się popularyzacji książek, ponieważ zmniejszyła się liczba recenzowanych tytułów. W nowym układzie recenzowane są 2-3 tytuły książkowe, a resztę rubryki przeznaczono na prezentację czasopism, zabawek, dziecięcych programów telewizyjnych, filmów itp. Nie zmienił się stosunek redakcji do danych bibliograficznych, w których nadal pomijano nazwiska autorów książek. Utrzymano skromną długość recenzji, a także zawartość, informującą jedynie o treści książki, z niewielkim udziałem elementów oceniających czy refleksyjnych. Jedynym nowym elementem rubryki było przyporządkowanie tytułów do kategorii wiekowych: „od 1. roku”, „od 2 lat”, „od 3 lat”, „od 4”.

„Dziecko”

Spółka medialna Agora w 1995 r. rozpoczęła wydawanie magazynu dla rodziców „Dziecko”, który od tego czasu utrzymuje wysoką pozycję w rankingach sprzedaży czasopism z tego sektora. Redaktorem pisma od początku jest Justyna Dąbrowska, która zaprosiła Joannę Olech do recenzowania literatury dziecięcej. Prowadzona przez nią rubryka „Trochę kultury” zajmowała 1 stronę, na górze umieszczano jej tytuł z dopiskiem „Proponuje Joanna Olech grafik, autorka i krytyk w jednym”. Obok znajdowało się zdjęcie autorki recenzji. Na stronie o przejrzystym układzie graficznym znajdowało się kilka obszernych recenzji (około 4-5) ilustrowanych zdjęciami okładek, a niekiedy także wnętrza książek. Niewiele podawano danych bibliograficznych: tytuł książki i nazwisko jej autora były jednocześnie tytułem samej recenzji, a na końcu dodawano wyłącznie nazwę wydawcy. Problematyczne pod tym względem bywają książki zabawki, których wydawcy często nie sygnalizują nazwiska autorów, ograniczając się jedynie do wymienienia redaktorów bądź nazwisk osób odpowiedzialnych za opracowanie graficzne książki. Redakcja „Dziecka” w przypadku zamieszczania recenzji książki zabawki ograniczała się jedynie do podawania tytułu i nazwy wydawcy, pomijając inne osoby odpowiedzialne za jej powstanie.

Największym walorem rubryki poświęconej książkom dla dzieci w magazynie „Dziecko” jest to, że zamieszczane tam teksty są nie tylko informacją o ukazaniu się książki, ale krytycznymi recenzjami stworzonymi zgodnie z dziennikarskimi zasadami. J. Olech, przedstawiając książkę, umiejscawia ją na rynku książki i przekonuje czytelnika, co ten konkretny tytuł czyni wyjątkowym i dlatego warto po niego sięgnąć.

Recenzując książki zabawki, opisuje ich elementy interaktywne, zwracając uwagę na trwałość, a także atrakcyjność dla małego czytelnika. W tekstach nie tylko komplementuje książki, ale przedstawia ich niedociągnięcia i braki: „Druga seria to polski produkt wydawnictwa Skrzat. Ilustracje zaledwie szkolne, ale jest w tych książeczkach pewien zamysł edukacyjny przeprowadzony konsekwentnie – w sam raz dla dwulatka. Druk i jakość produkcji bez zarzutu” [1, 2006, nr 2, s. 62].

Od 1. numeru w 2008 r. recenzje zamieszczane w miesięczniku „Dziecko” grupowano tematycznie, nadając całej rubryce „Trochę kultury” nadrzędny tytuł. Tematem przewodnim były najróżniejsze sprawy związane z dzieciństwem, poznawaniem świata i uczeniem się (np. przyroda, przychodzenie dzieci na świat czy wspólne gotowanie z rodzicami oraz – w numerze wrześniowym w 2008 r. – książki zabawki). W tekście wprowadzającym J. Olech określa książki zabawki jako „produkt książkopodobny”, który nie zawsze spełniając jej wymagania co do estetyki książki, nieodmiennie budzi entuzjazm wśród dzieci. Zwraca także uwagę, że zainteresowanie takimi interaktywnymi książkami może przerodzić się w zamiłowanie do prawdziwej literatury [1, 2008, nr 9, s. 80]. W numerze znalazły się 4 recenzje: serii o Mysi wydawnictwa Endo, książek z zestawami magnesów FK Olesiejuk oraz 2 teksty promujące książki popularnonaukowe – książkę z wewnętrznym wykrojnikiem, w którym umieszczono plastikowy model ciała człowieka (wydawnictwa Muza) i wydane przez Egmont książki o rekinach i dinozaurach z pięknymi, pełnymi detali rozkładanymi ilustracjami Roberta Sabudy. W treści recenzji J. Olech dokładnie opisuje, jak działa „mechanizm” książek i w jakim stopniu umożliwia czytelnikowi interakcję z bohaterem. Zwraca uwagę na wysoką jakość i estetykę książek wydawnictwa Endo, ale już opisując książkę *Odkryj swoje ciało*, ostrzega rodziców, że styl i język tekstu pozostawia wiele do życzenia. W tym numerze istotnym mankamentem rubryki jest brak informacji o cenie książek, które znacznie odbiegają od kwot, jakie zazwyczaj rodzice przeznaczają na literaturę dziecięcą. Wprawdzie cena książki z magnesami wydawnictwa FK Olesiejuk to kilkanaście złotych, ale w przypadku książki *W zagrodzie Mysi*, to już ponad 30 zł, książki ze szkieletem niemal 50, a rozkładankę autorstwa R. Sabudy rozprowadzano z ceną okładkową ponad 60 zł. Recenzja tej ostatniej pozycji winna być też uzupełniona informacją o autorze, który przecież należy do najbardziej uznanych współczesnych twórców ruchomych ilustracji na świecie.

Podobną „tematyczną” rubrykę prowadziła także Ewa Świerżewska, która w 2008 r. od październikowego numeru zastąpiła J. Olech na stanowisku recenzentki. Nową autorkę recenzji przedstawiono jako:

„tłumaczkę, redaktor naczelną portalu Qlturka”, czyli osobę kompetentną i mającą wiedzę na temat polskiego rynku książki dziecięcej. E. Świerżewska, podobnie jak jej poprzedniczka, pisząc recenzje nie tworzy tekstów marketingowych, ale staje po stronie czytelnika: stara się uprzedzić jego pytania, rozwiać wątpliwości, a także wskazać potencjalne korzyści, które mali czytelnicy mogą odnieść z lektury.

W kwietniu 2009 r. rubryka „Trochę kultury” ponownie poświęcona została w całości książkom zabawkom. E. Świerżewska w tytule pytała *Książka to, czy nie?* by zaraz w tekście zachęcić czytelników do zapoznania się z ofertą książek zabawek. Recenzentka wybrała książki, które przez swoją zmienioną formę lub dodatki, bardzo różnią się od tradycyjnej formy kodeksu: książka ze znikopisem, książka z teatrykiem i płytą, kuferek z książkami „kostkami” czy „puzzlowa” książeczka. Zdecydowanie mniej zróżnicowany był dobór wydawnictw, których książki polecano, bowiem z 6. recenzowanych 2 wydał Egmont, a pozostałe FK Olesiejuk. Obie oficyny przodują wprawdzie w produkcji książek zabawek, ale ciekawe i wartościowe pozycje znajdują się w ofercie innych oficyn, takich jak Bellona, Debit, Arkady czy Muza. W konstrukcji samych recenzji w tym numerze „Dziecko” dało się zauważyć dążenie do „złotego środka”, zbilansowania elementów odwołujących się do treści i opisujących aspekty ludyczne, co jest o tyle trudne, że w tym przypadku fabuła często bywa albo nieciekawa, albo przytłoczona atrakcyjnością formy zewnętrznej książki.

W 2008 r., wraz ze zmianą recenzentki, rubryka zmieniła się także pod względem formalnym: do każdej recenzji dodany został sugerowany minimalny wiek czytelnika. Dało się zauważyć ponadto większą dbałość o zamieszczanie pełnych opisów identyfikujących książkę. Elementami każdej recenzji uczyniono nazwiska autorów tekstu, ilustratorów bądź osób odpowiedzialnych za opracowanie graficzne. Szybko zaniechano również przewodniego tematu każdej rubryki, określającego problematykę, wokół której oscylowały recenzowane książki. Narzucony ogólnie temat znacznie zawęził możliwości doboru tytułów i zazwyczaj zupełnie eliminował z rubryki nowości wydawnicze. Zdarzyło się ponadto, że powodował powtórne przywołanie już wcześniej recenzowanej książki, jak w przypadku *Odkryj swoje ciało* opublikowanej przez wydawnictwo Muza: pojawiła się jako nowość w lutym w 2007 r. i powróciła w związku z tematem książek interaktywnych we wrześniu 2009 r.

W miesięczniku „Dziecko” w trakcie 6 lat książki zabawki były recenzowane 36 razy. Kilkukrotnie były to recenzje całych serii lub pojedynczych tytułów należących do serii (wtedy recenzentki wymieniały także pozostałe tytuły) i dlatego 46 to ostateczna liczba tytułów książ-

zek zabawek, które uwzględniono na łamach rubryki „Trochę kultury”. W tym samym czasie K. Kubisiowska w „Mamo, to Ja” przedstawiła 92 tytuły, ale wynika to zapewne z faktu, że w tym magazynie już w 2006 r. wygospodarowano na potrzeby recenzji książkowych 1 rozkładówkę. Redakcja czasopisma „Dziecko” dopiero w 2010 r. przeznaczyła na rubrykę literacką 2 strony, wcześniej recenzentki miały do dyspozycji 1. Ponadto redakcja miesięcznika określiła górną granicę minimalnego wieku czytelników książek na 5 lat, co ograniczyło możliwości wprowadzenia do rubryki książek popularnonaukowych z wieloma elementami interaktywnymi, adresowanych do starszych przedszkolaków².

„Twoje Dziecko”

Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza już w 1951 r. rozpoczęła wydawanie magazynu „Twoje Dziecko”. Było to czwarte po wojnie czasopismo dla kobiet, a pierwsze w Polsce poświęcone wyłącznie sprawom związanym z wychowywaniem i zdrowiem dzieci [16, s. 58]. W latach 90. XX w., w okresie przemian gospodarczych, nastąpiła zmiana właściciela na firmę ResPublica Press, od której w 1999 r. tytuł odkupiła grupa wydawnicza Edipresse. Szwajcarski koncern miał wprawdzie już wtedy w swoim portoflio inny popularny magazyn parentingowy, „Mamo, to Ja”, ale znajdował on odbiorców głównie w mniejszych miejscowościach, podczas gdy „Twoje Dziecko” cieszyło się dużą popularnością wśród mieszkańców dużych miast i aglomeracji [10].

W 2005 r. rubryka poświęcona recenzjom literatury dziecięcej zajmowała 1 stronę magazynu i zatytułowana była „Najciekawsze książki dla dzieci i rodziców poleca Maria Czernik prezes Polskiej Sekcji IBBY”. Na owej stronie wydzielono 2 odrębne sekcje: „Dla dzieci” – składająca się z 3. kolumn oraz „Dla rodziców” – z 1. kolumny. Na dole strony znajdowały się zdjęcia okładek wszystkich opisywanych książek, a teksty umieszczane były kolejno, w jednym ciągu, co powodowało, że często na dole pierwszej kolumny znajdował się tytuł książki i pierwsze słowa recenzji, a reszta w następnej kolumnie. Pojedyncze ilustracje zamieszczano także na górze strony lub pomiędzy tekstem.

Zastosowanie takiego układu sprawiało wrażenie zapełnienia całej strony tekstem, i mimo że drukowane kolorową czcionką tytuły książek wyznaczały granice poszczególnych recenzji, to proporcje pomiędzy tekstem a obrazem mogły zniechęcać czytelnika. Pierwsze nie-

² Informacje na temat wytycznych redakcji magazynu „Dziecko” dotyczących zamieszczanych recenzji uzyskane zostały w drodze korespondencji mailowej z Ewą Świerżewską w dniach 10 lutego – 2 marca 2012 r.

wielkie zmiany w układzie graficznym strony nastąpiły w 2006 r. Redakcja zrezygnowała wtedy z przedstawiania książek dla dorosłych, a całą rubrykę nadal, w niezmiennym układzie kolumnowym przeznaczono na recenzje literatury dziecięcej. Wyodrębniono 3 opisowe kategorie wiekowe: „Dla malucha”, „Dla starszaka” i „Dla ucznia”, a nazwę każdej z nich umieszczano w kolorowym polu tekstowym, co ułatwiało orientację w zawartości strony. Rok później nastąpiła gruntowna modyfikacja układu graficznego magazynu, a także samej rubryki, która otrzymała nową nazwę: „Zakupy z TD. Nowości wydawnicze” i szerszy zakres, bo obejmowała także gry, filmy i nagrania.

Nowa rubryka zajmowała 2 sąsiadujące strony. W lewym górnym rogu strony parzystej znajdowały się zdjęcia i krótkie notki o recenzentkach: Marii Czernik, która odpowiedzialna była za książki i gry oraz Katarzynie Krzan³ – kulturoznawcy, której powierzono recenzowanie filmów i nagrań. Nowością było pojawienie się tytułu zbiorczego wszystkich recenzji oraz krótkiego tekstu wprowadzającego. Początkowo oba te elementy były niezienne, a kiedy z końcem roku redakcja zdecydowała się na wprowadzenie tytułu rubryki, który określał tematykę prezentowanych produktów, je także dostosowywano do całości. Recenzje grupowano w 3 kategoriach wiekowych: do 12 miesięcy, 2-3 lata oraz 4-6. Każda obejmowała 2 kolumny: jedną z tekstem, drugą ze zdjęciami okładek. Zastosowanie takiego rozwiązania znacznie zwiększyło czytelność strony i ułatwiało czytelnikowi powiązanie produktu z jego zdjęciem. Pierwsze elementy recenzji to określenie kategorii produktu: książka, płyta, gra itp. oraz jej tytuł. W przypadku książek pod tekstem recenzji zamieszczano dane bibliograficzne: tytuł, nazwiska autorów tekstu i ilustracji (niekiedy także tłumacza), nazwę wydawcy oraz cenę okładkową. Przed 2007 r. redakcja „Twojego Dziecka” nie przywiązywała zbyt dużej wagi do tych danych. Czytelnik poznawał tytuł książki tylko dzięki temu, że był on jednocześnie tytułem recenzji, a nazwisko autora i nazwa wydawnictwa były wplecione w tekst recenzji i nie podawano ich na końcu tekstu.

Zwiększenie objętości rubryki nie przysłużyło się długości recenzji książkowych, choć utrzymano ich liczbę (średnio 6-8 w numerze). W latach 2005-2006 były to zazwyczaj teksty składające się z około 5-6 rozbudowanych zdań. Po metamorfozie najczęściej zamieszczano krótkie 1-, 2-zdaniowe recenzje, które tylko wprowadzały podstawowe informacje na temat fabuły i w swej formule zbliżone były do tekstów

³ W 2008 r. Katarzynę Krzan na stanowisku recenzentki multimediów zastąpiła Ewa Świerżewska.

reklamowych, zamieszczanych na tylnych okładkach książek. Należy jednak zauważyć, że recenzje książek zabawek zawsze zawierały informację o elementach, dzięki którym dochodzi do interakcji między dzieckiem a książką.

Kolejna modyfikacja rubryki przyniosła pozytywne przemiany przede wszystkim pod względem merytorycznym. Z początkiem 2009 r. zafunkcjonowała rubryka „Kraina wyobraźni. Książki dla dzieci”, której współautorami są Michał Rusinek i jego siostra – Joanna Rusinek, absolwentka Akademii Sztuk Pięknych oraz ilustratorka książek dla dzieci. Redakcja zrezygnowała jednocześnie z comiesięcznego określania tematyki książek i z grupowania recenzji według kryterium wieku. Rubryka pozostała podzielona na kolumny, ale zdjęcie okładki zamieszczano nad tekstem, a nie obok, dzięki czemu 1 kolumna dotyczyła tylko 1 książki. Recenzenci mieli nadal do dyspozycji 2 strony, ale zmniejszono ilość światła na stronie, co umożliwiło przedstawianie takiej samej liczby tekstów, ale o znacznie większej długości. Powrócono do pierwotnego pomysłu, gdy tytuł książki był jednocześnie tytułem recenzji. Pozostałe dane bibliograficzne zostały ograniczone do nazwiska autora tekstu i nazwy wydawcy. Na końcu recenzji podawano sugerowany wiek odbiorcy i cenę okładkową.

Recenzje autorstwa M. Rusinka i J. Rusinek (nie były sygnowane odrębnie) w swej formie i treści nawiązują w pewien sposób do felietonu. Są to teksty pisane lekko, często zabawnie, oddające stosunek recenzenta do książki. Nie ograniczają się do zwięzłego przedstawienia fabuły, ale opisują wrażenia, wyraźnie zachęcają do sięgnięcia po książkę i towarzyszenia im w zachwycie nad nią („Świetna zabawa w pomysłowej oprawie, Polecamy!”, „coś miłego dla najmłodszych”). Taka forma ma też swoje minusy, mianowicie niekiedy recenzja więcej mówi o doświadczeniach recenzenta (niekoniecznie związanych bezpośrednio z lekturą) niż o samej książce. Przykładem może być recenzja książki *Moje minki* Zity Newcome, którą zamieszczono w listopadowym numerze w 2009 r: „Honorowe miejsce na naszych półkach zajmowały kiedyś baśnie Andersena z ruchomymi ilustracjami. O Calineczce płynącej na papierowym liściu. O pastereczce, kominiarczyku i złym Chińczyku z porcelany, który kręcił głową z dezaprobatą (aż mu ją urwaliśmy niestety...). Ilustracje w ślicznej książce «Moje minki» powinny dłużej przetrwać niszczyielskie zapędy małych rączek i dostarczyć dużo radości oglądającym. A przy okazji rozwinią zdolności manualne i spostrzegawczość młodych czytelników” [4, 2009, nr 11, s. 77].

Kolejną zauważalną cechą tego tekstu jest to, że nie funkcjonuje on samodzielnie. Wyrwany z rubryki, pozbawiony sąsiedztwa zdjęcia

okładki książki, niesie ze sobą jedynie informacje, że polecany tytuł posiada „śliczne” ilustracje, najpewniej ruchome (autor wprost tego nie pisze) i że pozytywnie wpłyną one na rozwój manualny małego dziecka.

Ogółem w latach 2005-2010 w magazynie „Twoje Dziecko” zrecenzowano 62 tytuły książek zabawek. Charakterystyczne jest, że w tej liczbie tylko kilka to książki z dodatkami tj. puzzlami, figurkami, magnesami itp., a aż 9 to książki z innego tworzywa niż papier (tkanina, plastik lub pianka), które bardzo rzadko pojawiały się na łamach innych czasopism. M. Czernik, jako jedyna z wymienionych w niniejszym artykule recenzentek, zdecydowała się na zaprezentowanie w swojej rubryce piankowych książek zabawek, dystrybuowanych nie przez firmę wydawniczą, ale produkującą zabawki.

Podsumowanie

Książka zabawka posiada cechy obu obiektów, które tworzą jej nazwę. Łączy w sobie także obie funkcje: powinna dostarczać wrażeń literackich, czynić z dziecka czytelnika, jednocześnie dostarczając mu wrażeń i emocji typowych dla zabawy. Na współczesnym rynku wydawniczym coraz częściej spotkać można książki zabawki, których twórcy skupili się na realizacji funkcji ludycznej, marginalizując aspekt rozwoju kultury literackiej. Takie „produkty”, choć dystrybuowane w sieci księgarskiej, przyjmowane są zazwyczaj z oporem przez literaturoznawców i bibliotekarzy. Również autor recenzji prasowych może znaleźć argumenty na to, by książki zabawki pomijać w swojej pracy, bo takie książki są obiektem trudnym do opisanego, wszak forma zewnętrzna zazwyczaj jest tylko elementem uzupełniającym recenzję książki, która skupia się na fabule, języku, narracji itd. (recenzując książki zabawki należy inaczej konstruować tekst, aby poświęcić uwagę zarówno treści, jak i formie, co nie zawsze jest łatwe do zrealizowania). Polski rynek książki dla dzieci nieustannie się rozwija, dostarczając coraz więcej pozycji wartościowych pod względem literackim i artystycznym. Recenzent staje więc przed trudnym wyborem czy warto cenne miejsce w rubryce czasopisma poświęcić książce zabawce, bo choć pozytywnie wyróżnia się na tle innych z tego gatunku, to ciągle nie spełnia jego wymogów pod względem poprawności językowej czy stylistyki ilustracji?

Z tej perspektywy należy więc docenić każdą inicjatywę zaprezentowania najmłodszym czytelnikom – a właściwie ich rodzicom – oferty książek zabawek. W latach 2005-2010 w opisanych magazynach parentingowych polecano książki zabawki 225 razy, choć jak pokazuje Tab. 3, udział poszczególnych czasopism w tej liczbie był bardzo różny.

Tab. 3. Liczba tytułów książek zabawek opisanych w magazynach dla rodziców w latach 2005-2010.

Tytuł czasopisma	Liczba zrecenzowanych tytułów
„Dziecko”	46
„Mam Dziecko”	25
„Mamo, to Ja”	92
„Twoje Dziecko”	62
Razem	225

Źródło: Opracowanie własne.

Bezapelacyjnie pierwsze miejsce należy się rubryce Katarzyny Kubisiowskiej, która w magazynie „Mamo, to Ja” przedstawia różne formy książek zabawek, przeznaczone zarówno dla maluchów, jak i trochę starszych dzieci. Zajmujący drugie miejsce miesięcznik „Twoje Dziecko” w ciągu analizowanych 6 lat zmieniał wielokrotnie rubrykę poświęconą książkom dla dzieci. W tym okresie nastąpiła także zmiana recenzentów i miała ona wpływ na liczbę recenzowanych książek zabawek. W latach 2005-2008, gdy rubrykę prowadziła Maria Czernik, pojawiły się one w „Twoim Dziecku” średnio 12 razy w roku. Od 2009 r. (recenzentami zostali Michał Rusinek i Joanna Rusinek) wskaźnik ten spadł do 7 rocznie. Redakcja miesięcznika „Dziecko” – być może dzięki temu, że nie następowywały w niej zmiany na stanowisku redaktora naczelnego – zdaje się posiadać niezmienny stosunek do książek zabawek i traktuje je jako kolorowy dodatek do zdecydowanie ważniejszego elementu, jakim jest książka dziecięca o walorach literackich. Stąd zapewne epizodyczne pojawianie się *toy books* na łamach tego magazynu. Ranking zamyka miesięcznik „Mam Dziecko”, który zaprezentował swoim czytelnikom tylko 25 tytułów książek zabawek. Dodatkowo były to publikacje nie reprezentujące całej oferty wydawniczej, gdyż ponad 50% wszystkich recenzji (14) dotyczyło książek wydanych przez FK Olesiejuk.

Obecnie FK Olesiejuk jest liderem na rynku książek zabawek, ale ten typ książek pojawia się – choćby sporadycznie – w ofercie wielu wydawnictw. Świadczy o tym fakt, że na łamach 4 analizowanych czasopism, w latach 2005-2010 pojawiły się tytuły z 27 różnych oficyn. Jednak produkty 7 z nich zaistniały tylko raz, a kolejnych 15 nie więcej niż 10.

Tab. 4. Liczba recenzji książek poszczególnych wydawnictw na łamach magazynów parentingowych w latach 2005-2010.

Nazwa wydawnictwa	Liczba wszystkich recenzji przedstawiających ofertę danego wydawnictwa	Liczba zrecenzowanych tytułów książek z oferty danego wydawnictwa
FK Olesiejuk	34	26
Debit	34	30
Wilga	31	26
Bellona	26	19
Egmont	23	14
Arkady	7	7
Siedmioróg	7	7
Muchomor	7	5
Aksjomat	6	6
Endo	6	6
Format	6	2
Lektorklett	6	6
Larousse	4	4
Media Rodzina	3	3
Muza	3	2
Agencja Wydawnicza Mostowski	2	2
Hachette	2	2
Marko ⁴	2	2
Multico	2	2
Tatarak	2	1
Animde	1	1
Book House	1	1
Jedność	1	1
Panteon	1	1
Skrzat	1	1
Twój Styl	1	1
Znak	1	1
Razem	220	179

Źródło: Opracowanie własne.

⁴ Firma Marko nie jest wydawcą, ale producentem zabawek dla dzieci, w tym także książek zabawek, które opisała w magazynie „Twoje Dziecko” Maria Czernik.

Z danych przedstawionych w Tab. 4 wynika, że w magazynach dla rodziców promowane są głównie książki zabawki z 5. wydawnictw, które są istotnymi graczami na rynku książki dziecięcej. Najczęściej, bo 34 razy, wzmiankowane były książki z repertuaru wydawnictwa FK Olesiejuk i Debit. Różnica pomiędzy wynikami obu wydawnictw polega na tym, że w przypadku pierwszego 23% z tej liczby stanowiły powtórzenia (niektóre książki recenzowane były w więcej niż jednym czasopiśmie). W przypadku drugiej oficyny recenzje odnosiły się do 30 tytułów i rzadko się one dublowały, bo powtórzenia stanowią tylko 11%. Wyróżnia się pod tym względem 14 tytułów książek wydawnictwa Egmont, które w różnych magazynach wspomniane było aż 23 razy.

To powtarzanie się recenzji w czasopiśmie może wynikać z różnych czynników. Najbardziej oczywistą przyczyną wydaje się być wyjątkowość danego tytułu, jego walory, które sprawiają, że dziennikarze posiadający orientację na rynku książki, uważają, że należy go promować. Inna kwestia to marketing i działania promocyjne wydawców, którzy chcą dotrzeć do czytelnika (klienta) także za pośrednictwem prasy i przesyłają do redakcji książki ze swojego repertuaru. Na ten drugi aspekt zwraca uwagę Jerzy Jarniewicz w artykule opisującym rodzaje, cechy i funkcje współczesnych prasowych recenzji książkowych: „recenzjopisanie sprzymierza się – powiedzmy to wprost – z działalnością marketingową, stając się elementem mechanizmu rynkowego, w którym książka pełni funkcję towaru, a recenzent doradcy konsumenta” [14, s. 548].

Rubryki poświęcone literaturze dziecięcej we wszystkich omawianych czasopiśmie – mimo wielu różnic – mają jedną wspólną cechę: głównym założeniem redakcji nie jest recenzowanie książek, ale ich polecenie. Można powiedzieć, że dla czytelnika mającego pełne zaufanie do redakcji lista tytułów książek opisanych w każdej rubryce, może być od razu listą zakupów książkowych. Redakcja bądź dziennikarze odpowiadający za rubrykę dokonują wyboru tytułów, które uważają za interesujące, wartościowe lub ciekawe. Jest to selekcja pozytywna – na łamy czasopisma trafiają jedynie publikacje godne polecenia. Wprawdzie zdarza się, że autorzy tekstów o książkach zwracają uwagę na ich słabe strony lub niedociągnięcia, ale zawsze całość recenzji jest zachętą do sięgnięcia po tytuł.

Zatem czy teksty poświęcone książkom zabawkom, ukazujące się na łamach czasopism dla rodziców, są recenzjami? Odpowiedź na to pytanie jest negatywna, gdyż nie spełniają one wymogów formalnych i treściowych, jakie stawiają przed tym gatunkiem teoretycy sztuki dziennikarskiej. Bardzo często są to powierzchowne notatki, w których brak pełnej informacji o treści książki i jej formie zewnętrznej, a jakkolwiek refleksja krytyczna jest rzadkością. Redakcje mają ponadto

bardzo swobodny stosunek do danych bibliograficznych, które wydają się być podstawowym elementem recenzji książkowej, mającym ułatwić czytelnikowi identyfikację konkretnego tytułu.

Czym więc są zapelniane rubryki poświęcone literaturze dla dzieci w magazynach parentingowych? Najczęściej są to rekomendacje zachęcające do zakupu książki. Fakt, że zawsze ilustrowane są zdjęciem okładki, jeszcze bardziej zbliża je do reklamy, której celem jest przecież namówienie konsumenta do zakupu produktu. Teksty w niektórych czasopismach nie zawierają zachęty wyrażonej wprost słowami: polecamy, godne uwagi, warto itp. i w związku z tym wydaje się, że mają one charakter informacyjny. Jednakże formuła rubryki, która przekazuje tylko „pozytywne” treści i zawsze zachwala, a nigdy nie ostrzega przed książkami, których nie warto kupować, sugeruje, że to także są rekomendacje.

BIBLIOGRAFIA PODMIOTOWA:

- [1] „Dziecko” 2005 nr 1 – 2010 nr 12. ISSN 1233-2984.
- [2] „Mam Dziecko” 2005 nr 1 – 2010 nr 12. ISSN 1731-1020.
- [3] „Mamo, to Ja” 2005 nr 1 – 2010 nr 12. ISSN 1233-7366.
- [4] „Twoje Dziecko” 2005 nr 1 – 2010 nr 12. ISSN 0137-7256.
- [5] Brown R.: *Stare drzewo*. Ożarów Mazowiecki 2008. ISBN 978-83-7512-974-8.

BIBLIOGRAFIA PRZEDMIOTOWA:

- [6] *Bauer Media Group. Products* [online]. [Data dostępu: 20.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://www.bauermedia.com/no_cache/en/produktfinder/action/mfDetail/singleID/746/mfitle/mother_baby/.
- [7] Błaszczak A.: *Bauer zmienia tytuł pisma dla rodziców*. „Rzeczpospolita” 2003, nr 133, s. B3. ISSN 0208-9130.
- [8] Cohen M. L.: *Gale Directory of Company Stories*. Edipresse S.A. [online]. [Data dostępu: 16.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.answers.com/topic/edipresse-sa>.
- [9] Dąbrowska-Cendrowska O.: *Wszystkie dzieci są nasze. Współczesne polskie czasopisma przeznaczone dla rodziców. Próba analizy wydawniczej*. „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” T. 2 (2010), s. 197-208. ISSN 2080-4938.
- [10] *Edipresse Polska kupiło miesięcznik „Twoje Dziecko”*. „Media & Marketing Polska” [online]. 21.09.1999. [Data dostępu: 20.01.

- 2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://mediamarketingpolska.pl/artykuly/92490,edipresse-polska-kupilo-miesiecznik-twoje-dziecko>. ISSN 1507-174X.
- [11] *Edipresse Polska. Produkty i działalność* [online]. [Data dostępu: 16.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://www.edipresse.pl/index.php?pl/produits_et_activites/prasa/twoj_maluszek.
- [12] Filas R.: *Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys?*. „Zeszyty Prasoznawcze” 2007 nr 1/2, s.11-50. ISSN 0555-0025.
- [13] Głowiński M.: *Recenzja*. W: *Słownik terminów literackich*. Pod red. J. Sławińskiego. Wyd. 2. Wrocław 1988, s. 424. ISBN 83-04-01787-3.
- [14] Jarniewicz J.: *Recenzent w kontredansie*. W: *Biblia dziennikarstwa*. Pod red. A. Skworza i A. Niziołka. Kraków 2010, s. 547-555. ISBN 978-83-240-1357-9.
- [15] *Marketing wirusowy* [online]. [Data dostępu: 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Marketing_wirusowy.
- [16] Mielczarek T.: *Współczesne polskie czasopisma wysokonakładowe*. „Rocznik Prasoznawczy” R. 2 (2008), s. 58. ISSN 1897-5496.
- [17] Montanaro: *Nister, Ernest*. W: *The Oxford Encyclopedia of Children's Literature*. Vol. 3. Ed. by J. Zipes. Oxford 2006, s.158. ISBN 978-0-19-514656-1.
- [18] Nalewajk A.: *Mlekiem płynące*. „Press” 2002 nr 7, s. 44. ISSN 1425-9818.
- [19] Papuzińska J.: *Książki, dzieci, biblioteka. Z zagadnień upowszechniania czytelnictwa i książki dziecięcej*. Warszawa 1992. ISBN 83-900782-0-1.
- [20] *Ruch wydawniczy w liczbach 2005*. Warszawa 2006. ISSN 0511-1196.
- [21] *Ruch wydawniczy w liczbach 2010* [online]. Warszawa 2011. [Data dostępu: 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bn.org.pl/download/document/1312382595.pdf>. ISSN 2083-6953.
- [22] Topolski M.: *Więcej dzieci, mniej czytelników*. „Rynek Prasowy” [online]. 29.04.2010. [Data dostępu: 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.rynekprasowy.pl/wiecej-dzieci-mniej-czytelnikow/>. ISSN 1232-2946.

- [23] Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W.: *Gatunki dziennikarskie*. Warszawa 2009. ISBN 978-83-7644-015-6.
- [24] *Związek Kontroli Dystrybucji Prasy. Wyniki kontroli* [online]. [Data dostępu: 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://www.zkdp.pl/modules.php?op=modload&name=PagEd&file=index&topic_id=0&page_id=22.

Agnieszka Maroń

Reading Department

Institute of Library and Information Science

University of Silesia in Katowice

e-mail: agnieszka.maron@gmail.com**BOOK REVIEW, RECCOMENDATION, INFORMATION OR PROMOTION?
TOY BOOKS ON PAGES OF PARENTING MAGAZINES IN 2005-2010****ABSTRACT:**

Polish parenting magazines achieving the highest results of the sale in 2005-2010 were described. Their contents with particular emphasis on the columns containing descriptions of toy books were analyzed. Analysis concerned contents of articles and the form of the outside column: the layout, the proportion of the number of photographs for the text and the attendance of advertising contents. Investigated magazines in the different way presented toy books and the children literature in general: one were limited to short marketing character texts, other put more extensive texts, communicating a lot of valuable information. The most common shortcoming in descriptions of books in all of these magazines was a significant shortage of bibliographic data.

KEYWORDS:

Children's book. Toy book. Parenting magazine. The press. Review.