



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

Title: Strategie paratekstowe w prasie : na wybranych tytułach z połowy XIX i początku XX wieku

Author: Iwona Loewe

Citation style: Loewe Iwona. (2006). Strategie paratekstowe w prasie : na wybranych tytułach z połowy XIX i początku XX wieku. W: M. Kita, J. Grzenia (red.), "Czas i konwersacja : przeszłość i terażniejszość" (S. 171-181). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



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

IWONA LOEWE
Uniwersytet Śląski

Strategie paratekstowe w prasie Na wybranych tytułach z połowy XIX i początku XX wieku

Niniejszy artykuł prezentuje parateksty prasowe, czyli te przestrzenie gazet i czasopism, które miast podawać wiadomości, kompresują je, reduplikują treść i są „smyczą” dla tekstu korpusu, który następuje po swojej eskorcie – bezpośrednio lub kilka kolumn dalej. Ta relacja przestrzenna, a w konsekwencji temporalna jest dla paratekstu bardzo istotna, o ile nie konieczna przy wydobywaniu go spośród innych tekstów kultury. Jaki bowiem sens poznawczy ma percypowanie paratekstu PO zapoznaniu się z tekstem-korpusem?

Metaforę „smyczy” wykorzystałam na podstawie tłumaczenia anglojęzycznej nazwy tego typu tekstów w prasie – *lead* (lid). Uaktualnia ona zarazem i sposób powiązania korpusu z lidem (istnienie obu w ramach jednego medium), i uzależnienia lidu od tekstu (jak smycz istnieje dla zwierzęcia, aczkolwiek nie odwrotnie). Jeśli zatem w artykule mam nawiązywać do **konwersacji**, to w rozumieniu projektowanej przez paratekst interakcji, w której ten ostatni inicjuje kontakt między tekstem prasowym a jego czytelnikiem (funkcja prefacjalna), a w odpowiedzi adresat podejmuje lekturę tekstu właściwego, który w tej wymianie komunikacyjnej jest tematem.

Związek z konwersacją widziałabym jeszcze w tym, że redundancja informacji, jej paralelność, a nawet nagromadzenie treści poznawczych w jednym dyskursie to wszak cechy, które przypisano jasno kulturze oralnej [ONG, 1992]. Obfitość oraz nadmiar to oczywista potrzeba ludzi mówiących, gdyż ucho o wiele wolniej nadaża niż oko, z kolei każdy sposób powtórzenia informacji jest sygnałem istnienia zamierzo-

nego audytorium, jest poszukiwaniem odbiorcy, a nawet jego przywoływaniem. Skoro zaś dałoby się osadzić parateksty w oralności, to jasne się stanie naturalnie, że w tej kulturze tekst nie istnieje bez słuchacza, a zatem interakcyjność jest tam nieustannie aktualizowana i jest jej cechą obligatoryjną.

Natomiast **historię** tak rozumianej konwersacji pragnę zobrazować paratekstami obecnymi w polskojęzycznych gazetach i czasopiśmie z połowy XIX i początku XX wieku. Będzie to jedynie rekonesans tej problematyki ze względu na charakter niniejszej publikacji, nawet bez próby porównania z sytuacją dzisiejszą. Pozostanie mi odesłać Czytelnika do medioznawczej i edytorskiej charakterystyki lidów we współczesnej prasie i czasopiśmie [BORTNOWSKI, 1999; FRAS, 1999; BAUER, CHUDZIŃSKI (red.) 2000] oraz opracowania genologicznego zapowiedzi prasowych [WOJTAK, 2004]. Zainteresowanego Czytelnika informuję także o publikacjach poświęconych paratekstom w innych współczesnych mediach, które zostały napisane przez Romualdę Piętkową [2001, 2004a, 2004b] oraz przeze mnie [2003, 2004a, 2004b, 2004c, 2004d].

W opisie i komentarzu opieram się na dziennikach „Czas”, „Dziennik Polski”, „Kuryer dla Wszystkich”, „Kuryer Polski” oraz tygodnikach „Tygodnik Ilustrowany”, „Przegląd Tygodniowy życia społecznego, literatury i sztuk pięknych”, „Przegląd Lwowski”, „Nowiny dla ludu wiejskiego” i „Prosto z mostu”.

* * *

Zacznę prezentację od **spisów treści** lub – jak mówią określenia sprzed lat obecne w analizowanej prasie – „spisów numeru”, „treści numeru”, „spisów rzeczy”, które były obecne we wszystkich tygodnikach, a drukowano je na pierwszej stronie. Spis nie jest w nich ani nowością prasową, ani typograficzną. Potwierdzenie tego znajdujemy w wielu miejscach:

- Danuta Danek przypomina, że odkryte katalogi sumeryjskie były niczym innym jak pierwszymi w historii kultur ludzkich spisami tytułów utworów literackich [DANEK, 1980: 89];
- w nawiązaniu do tego pisze, że powieść XVII- i XVIII-wieczna miała spisy treści zadziwiających rozmiarów [DANEK, 1980: 113];
- winieta słynnego XVII-wiecznego „Merkurysza...” wyglądała tak: „Merkuryusz Polski extraordinaryiny. De Data 23. Februarij, 1661. Zamykający w sobie...”.

Cechą ważną spisów w analizowanych numerach zatem jest postać ich wzorca kanonicznego, który zawiera: n a g ł ó w e k (architekst)

i wyszczególnione tytuły gazetowych artykułów (w liczbie większej niż jeden, aczkolwiek nie musi obejmować treści całego numeru, lecz publikacje uznane za ważne z perspektywy redakcji), np.:

TREŚĆ NUMERU

Rok 1861 poezya (z drzeworytem). – Kronika tygodniowa. – Samuel Maciejowski (z drzeworytem). – Czytanie w Polsce (z drzeworytem). – Kronika roczna. – Rozmaitości. – Wiek przeszły i wiek teraźniejszy (z czterema drzeworytami). – Szachy. – Rebus.

[„Tygodnik Ilustrowany” 1861, nr 67, s. 2]

Ale inne tygodniki wydawane w tym czasie w spisie podawały już numery stron, na których rozpoczynały się artykuły, oraz plany niektórych z nich, a więc np.

Spis rzeczy:

Str.	
1.	Quesque tandem! Uwagi poświęcone „stróżom ducha narodowego”73
2.	Zwierzenia poety88
3.	Jasnowidzenia polityczne95
4.	Józefa Szujskiego „Roztrząsania i Opowiadania historyczne” przez A***...97
5.	Uczta na cześć ks. Prałata Koźmiana.....108
6.	Z Notatek popa Moskiewskiego przez Franciszka Lutrzykowskiego.....116
7.	Listy ze Lwowa: Wystawa krajowa – Czas – Głos z Warszawy – Krytyka p. Dunajewskiego – Gazeta Narodowa i Dziennik Warszawskij – Teologia Ruchu Literackiego – Jak Tydzień pojmuje egoizm?122
8.	Mowy Ojca Św.:
a)	do kardynałów.....128
b)	do patrycyatu rzymskiego.....130
9.	Kronika:
I.	Przyczyna sympatyj ku Rosyji w sprawie wschodniej.....131
II.	Z Rzymu: Ojciec Św. przeciw zmiennikom – żydzi i relikwie – Pielgrzymki – Testament – Mgr Czacki – ks. Margotti – Młody artysta i Ojciec Św.132
III.	Biskupi i Starokatolicy – Breve Ojca Św. – Nawrócenia135
IV.	Katolicyzm liberalny a Breve Ojca Św.136
V.	Z notatek literackich: Cerkwie, popi i obrazy w Moskwie – Katolickie pisma we Lwowie – <i>Bonus Pastor</i>137
VI.	Ze Lwowa: Do Emigracyi Chłopskiej – W Niemczech – Czesi – Dary dla Papieża od kleru rusk. i OO. Dominikanów138
VII.	Na kielich dla Ojca Św. – Świętopietrze – Na pielgrzymkę do Rzymu ...140

[„Przegląd Lwowski” 1877, z. 2, s. 1]

Podobny kształt przyjmuje spis treści w „Przeglądzie Tygodniowym”, zachowując numerację stron oraz plany niektórych artykułów, i to właśnie ten wzorzec przetrwał do dnia dzisiejszego. Oczywiście istnieją wzorce alternacyjne dla tak określonego kanonu, jak dzieje się to w każdym gatunku, lecz są one stosowane dopiero współcześnie. Wzorzec spisu w tygodnikach jest historycznym śladem dążenia do

precyzji w formułowaniu informacji prasowych, taki spis może faktycznie odpowiedzieć na pytanie o miejsce umieszczenia artykułu (numer strony), a nawet jego części (plan artykułu). Stopień precyzji nie zależy nawet od objętości czasopisma, ponieważ 7-stronicowy „Tygodnik Ilustrowany” i 70-stronicowy „Przegląd Lwowski” mają ten typ paratektu, natomiast 70-stronicowe „Prosto z mostu”, wydawane w latach 30-tych XX wieku, spisu rzeczy nie ma. Na koniec roku kalendarzowego natomiast ukazywał się spis rocznika z podziałem nie tyle chronologicznym, co gatunkowym, np. artykuły, felietony, recenzje itd. Nie znaczy to, że redakcja tygodnika nie pozbawia swego czytelnika precyzyjnej informacji, ani też że nie przyjmuje postawy dialogicznej, ale o tym nieco dalej.

Bywa, że plan artykułu wypunktowany w spisie ma dokładne odzwierciedlenie bezpośrednio przed tekstem i przypomina dzisiejszy lid artykułu publicystycznego, w którym redakcja streszcza, komentuje, ocenia, dramatyzuje ów artykuł. W przejrzanym czasopiśmie znajdziemy, co ciekawe, przykłady lidów streszczających (sama ich nazwa *plan* na to wskazuje); mają one postać równoważników lub zdań eliptycznych, a także wyrażen, odpowiadających na pytania typowej informacji prasowej co? gdzie? kiedy? kto? jak? dlaczego?

Druga możliwość to brak przed artykułem planu obecnego w spisie (to przypadek mów Ojca św. *Z Rzymu*, odnotowany w zacytowanym spisie na stronie 132), ale i odwrotnie, czyli trzeci sposób eskorty tekstu, tylko przed nim samym (to natomiast przypadek tekstu pt. *Jasnowidzenia polityczne*, odnotowanego w cytowanym spisie na stronie 95). Ponadto w badanym okresie są widoczne także zabiegi na spisie treści, prowadzące do postaci lidu oceniającego lub komentującego, a będące pochodną aktualizowania funkcji fatycznej i perswazyjnej. Odnieśmy się do zacytowanego planu tekstu pt. *Listy ze Lwowa*, który jako lid ma postać następującą:

(**Polemika** o wystawę krajową – Porozumienia posłów. – **Natrętność Czasu** – Co warte sprawy krajowe wobec „zwycięstwa Turcyi przed wojną?” i **nieśmiertelne grzechy Kroniki Codziennej** – **Głos z Warszawy bez echa** we Lwowie – Zdania profesora Połońskiego – Lwowskie obroki dachowne – Krytyka p. Dunajewskiego – **Pokrewieństwo myśli i ducha** *Gazety Narodowej* z *Dziennikiem Warszawskim* w sporach religijnych – *Teologia Ruchu Literackiego* – Rozgrzewanie ducha narodowego – Jak *Tydzień* pojmuje egoizm?) [wyróżnienie – I.L.]

Lid w porównaniu ze spisem na pierwszej stronie pisma obejmuje więcej streszczonych elementów tekstu, kilka zaś spośród zacytowanych za spisem treści modyfikuje – są to wyróżnione przeze mnie frag-

menty. Otóż „polemika o” jest rzeczownikiem pośrednio wartościującym, który definicyjnie określa istnienie rozbieżności między kimś a kimś w danej sprawie, a to sugestywnie implikuje czyjeś wątpliwości co do czegoś. „Natrętność” z kolei jest leksemem prymarnie wartościującym, więc z definicji jasno określającym negatywną cechę podmiotu. Ewaluacyjny efekt tej modyfikacji jest tu ewidentny: hasło wywoławcze ze spisu treści *Czasu* informuje, o czym będzie dany passus, lecz pojawiające się w lidzie określenie „Natrętność *Czasu*” informuje o podmiocie (co?) i kieruje odbiór na jego negatywną cechę (jaki jest?). Wobec pierwotnej cytacji jest więc bogatszy w treści. Podobnie jest z wyrażeniem o „pokrewieństwie myśli i ducha” dwóch tytułów prasowych, które są tylko wspomniane w spisie („*Gazeta Narodowa*” i „*Dziennik Warszawski*”). To rozwinięte natomiast wyrażenie już zdradza czytelnikowi, o jakie ich związki chodzić będzie. Ciekawym zabiegiem jest też pytanie umieszczone w lidzie, ponieważ zmiana modusu zdania czy wyrażenia na pytajny uruchamia psychologiczną potrzebę poznania rozwiązania. I jeszcze dwa zaznaczone przeze mnie fragmenty, które ponownie służą wartościowaniu mniej lub bardziej przejrzystemu: „nieśmiertelne grzechy” oraz „bez echa” to wyrażenia deprecjonujące obie wspomniane przy nich gazety, tak że odbiorca, czytając odpowiedni passus, ma sugerowane przez lid nastawienie do nich. Oględność sformułowań planu w spisie treści jest w lidzie zastąpiona sugestiami, które służą wartościowaniu podmiotów oraz kształtowaniu postawy czytelnika, przestają zatem pełnić funkcję jedynie poznawczą, a zaczyna się w nich ujawniać funkcja impresywna, by nie powiedzieć: perswazyjna. Wszakże na czas ścierania się funkcji poznawczej z impresywną w polskim czasopiśmiennictwie przyjdzie jeszcze poczekać parędziesiąt lat. W badanym okresie bowiem owe zabiegi modyfikujące spis treści w lidzie napotkałam tylko w „*Przeglądzie Lwowskim*”. Aczkolwiek trzeba koniecznie wspomnieć o innych sposobach nawiązywania kontaktu z czytelnikiem i poszukiwania nabywcy.

Otóż do każdego wydania „*Przeglądu Tygodniowego*” raz w miesiącu dołączano

jeden tom utworów popularno naukowych [...] oraz przy każdym numerze [...] jako premium arkusz „*Dzieł Karola Darwina*” [„*Przegląd Tygodniowy*” 29 grudnia 1885/6]

Tekst taki umieszczony był w ramach winiety tygodnika i był publikowany w każdym jego wydaniu – to ciekawostka upewniająca nas, że graty dodawane do współczesnych gazet nie są pomysłem redaktorów

ostatniego przełomu wieków. Przyznać też należy, że jest to rodzaj promocji, który obecnie raczej praktykuje „Gazeta Wyborcza” w swym wtorkowym wydaniu, mianowicie dodatek (płatny) do gazety ma charakter godny polecenia, wspiera bowiem kształcenie literacko-czytelniczo-ogólnokulturowe społeczeństwa, jak i *Dziela Karola Darwina* zapewne miały przysporzyć społeczeństwu mądrych, czytanych jego członków.

W gazetach wydawanych codziennie („Dziennik Polski”, „Kuryer Polski”) lub dwa razy dziennie („Czas” i „Kuryer dla Wszystkich”) brak spisów treści, gdyż na dwóch, a czasami czterech zaledwie stronach mieściło się wiele różnych depeesz, wiadomości, wzmianek, komentarzy, ogłoszeń, reklam i haseł społecznych. Nie znaczy to wcale, że dzienniki te nie miały w ogóle śladów zabiegów paratekstowych. Za takie można uznać znane z tygodników plany obszernego artykułu zamieszczonego w gazecie (zwykle był tylko taki jeden) w bezpośrednim jego sąsiedztwie, np.

Ziemie polskie.

Giełda pracy – Sezon wyścigów konnych. – Straty rolnictwa w pow. warszawskim.

– Brak węgla. – Samorząd a żydzi. – „Potop” w kinematografie. – Z teatrów. –

Rynek pieniężny.

[„Dziennik Polski” 13 maja 1915]

Nie jest to jednak praktyka, plany takie zdarzają się sporadycznie. Zresztą nie należy się dziwić, skoro dzienniki w połowie XIX i na początku XX wieku miały od 2 do 4 stron. Właściwie bez żadnych przeszkód czasowych i percepcyjnych dało się wówczas przeczytać cały numer, nie było realnej potrzeby „zajawiania” tekstów lidem lub zapowiedzią artykułów pomieszczonych na dalszych stronach. Zapowiedź w rozumieniu autonomicznego gatunku pojawi się wraz z rozrastaniem się dzienników i tygodników, a jej zadaniem pozostanie zachęcenie do lektury tekstu publicystycznego. Obecnie „Gazeta Wyborcza” ma 32 strony, a w każdej codziennie znajdują się przynajmniej dwa dodatki, które łącznie mają ok. 30 dalszych stron.

Niniejszy przegląd jest jedynie rekonesansem prasowych sposobów zapraszania do lektury. Wiadomo już, że swoją rolę odegrał pierwotny spis treści, dość wcześnie w tygodnikach robią to lidy w postaci planów artykułu, paratekstem zaś w makrowymiarze, bo dotyczącym zachęty do zakupu gazety i jej lektury, są informacje o dodatkach i premiach umieszczane w winiecie.

Praktyką dzienników w omawianym okresie była natomiast pożądana przez czytelników rzetelność i prawdziwość publicystów

i redaktorów. W każdym z przeczytanych przeze mnie numerów jest to widoczne w opatrywaniu depeesz miejscem i datą nadania, np.

Berlin. Kwatera główna donosi 14 maja [„Dziennik Polski” 1915]

W kwaterze głównej w Siennicy, d. 3 kwietnia 1831 [„Kurier Polski” 10 kwietnia 1831, nr 475]

Coraz popularniejsze z biegiem lat stają się nie tylko premie w postaci możliwości zakupienia razem z numerem czasopisma egzemplarza jakiegoś ambitnego w rozumieniu wydawcy dzieła naukowego (dzieła Karola Darwina), popularnego (*Panteon wiedzy ludzkiej*) albo beletrystycznego. Już jednak od połowy wieku XIX widoczna staje się kolejna praktyka paratekstowa w wymiarze makro. Chodzi o comiesięczne dodatki do dzienników i periodyków o tym samym co one tytule. Dodatki mają zarekomendować dany tytuł czasopiśmienniczy i generalnie utrzymać aprobatę grupy wiernych abonentów lub czytelników, ale też pozyskać nowych. Pracują zatem na pozytywny wizerunek wydawcy i tytułu, pozostając w ramach tego samego medium (dodatek to też redagowany periodyk wydawany przez to samo wydawnictwo), nie są však reklamą, bo oferują teksty o walorze informacyjnym i poznawczym, o klasycznej perswazji nie może tu być mowy. Prężność wydawcy, której wyrazem mogą być dodatki, można jedynie postrzegać jako elementy *public relations* w dzisiejszym rozumieniu. Dodatek miesięczny „Czasu” w 1858 roku notuje, że stał się on „w odległych nawet stronach wzorem i przykładem” [t. XII, z. 36]. W związku z tym „Dziennik petersburski »Słowo« będzie miał swój miesięczny dodatek, a dziennik chełmiński »Nadwiślanin« zapowiada od nowego roku dodatek sześciotygodniowy” [1858, t. XX, z. 36, s. 764]. Redaktorzy miesięcznego dodatku „Czasu” piszą, że „przeznaczeniem tych dodatków [...] będzie kiedyś odebranie pismom dziennym tego wszystkiego, co nie ma chwilowości, a co powinno przejść do stałego archiwum literatury” [1858, t. XX, z. 36, s. 765].

* * *

W XIX-wiecznych tygodnikach nie znalazłam lidów w innej postaci, jak tylko jako przedrukowanie lub zmodyfikowanie planu artykułu zaprezentowanego w spisie treści numeru. Natomiast z inną sytuacją mamy do czynienia już na początku XX wieku, kiedy tygodniki umieszczają przed niektórymi publikacjami lidy – prezentuje się je jako eskortę tekstu właściwego (korpusu) drukowaną pogrubioną czcionką, podpisaną „redakcja” lub niepodpisaną. W obu przypadkach w eskorcie ujawnia się jej autor jako 1. osoba liczby mnogiej, co daje rzeczywi-

sty sygnał autorstwa wieloosobowej redakcji. W 7. numerze tygodnika „Prosto z mostu” pojawia się przed tekstem satyr Bolesława Prusa taki oto paratekst:

Rozpoczęte przez Gebethnera i Wolfa zbiorowe wydanie dzieła Bolesława Prusa przypomniało o humoreskach wybitnego pisarza, nieprzedrukowanych od r. 1847 i zupełnie nieznanymi. Poniżej prezentujemy trzy humoreski Prusa z tomu „To i owo”. Humor ich nic nie stracił na aktualności. (Red.) [„Prosto z mostu” 1935 nr 7, s. 10]

Redakcyjne wprowadzenie nosi wszelkie znamiona paratektu w przyjętym przeze mnie rozumieniu, czyli jest to tekst krótszy niż sam korpus, ma innego niż korpus autora (redakcja), chronologicznie powstał po tekście, który wprowadza, a odbierany jest przed nim, z korpusem zachowuje jedność kodu, pełni funkcję poznawczą (mówi, co to jest, czyje to jest, z jakiego czasu pochodzi) oraz rekomendującą (mówi, jakie to jest: „humor ich nic nie stracił na aktualności”). Jednakże interpretację całości pozostawia czytelnikowi, usuwając się w cień ze swą ewaluacją. Możliwe jest także podważenie stanowiska redakcji i uznanie tego humoru za przebrzmiały – tego paratekst nie wyklucza.

Bywają też w tym tygodniku parateksty o wiele krótsze, np.

Rozmowa z H. Sztompką o polskiej zapadłej prowincji [„Prosto z mostu” 1935, nr 1, s. 9]

Wiadomo, co to będzie (rozmowa), czyje to będzie (Henryk Sztompka), lecz wartościowanie jest tu inaczej dokonywane – nie komentuje się jakości rozmowy, czyli tekstu właściwego, dokonuje się raczej oceny przedmiotu rozmowy, sądząc, że już to zachęci czytelnika do lektury wywiadu. Przypomnę, że zmodyfikowane plany artykułu umieszczone przed nim samym też praktykowały podobny zabieg, zdradzając niejako stanowisko autora tekstu publicystycznego na dany temat.

Jeżeli paratekst nie zawiera bezpośredniej lub pośredniej ewaluacji, zadanie to przejmuje tytuł artykułu prasowego, np.: tytuł *Nagrodzony paszkwil na wieś*, lid: „O książce Jalu Kurka »Grypa szaleje w Naprawiek»” [„Prosto z mostu” 1923, nr 7, s. 2]. Lid pełni funkcję poznawczą, odpowiadając na pytania: co? i czyje?, wiadomości te zaś poprzedza tytuł, mówiąc w pierw: jakie to jest? (nagrodzony paszkwil), i tym sposobem wartościuje. Zabiegi z dwóch ostatnich przykładów przekształca się z czasem w triadę: nadtytuł, tytuł, podtytuł tekstu prasowego, poza którymi jeszcze pozostanie lid – typowo paratekstowy. Tytuł nadany artykułowi przez autora jest metatekstem, informacje zaś o rodzaju

albo gatunku tego tekstu są architekstem, mają bowiem wartość nadrzędną, klasyfikującą obiekt. Lid z początku XX wieku co prawda jest wydrukowany pogrubioną czcionką, jednak wpisany jest w szpalte tekstu, architekst zaś wyraźnie typograficznie odróżnia się od formy prezentacji artykułu.

Na to, by mianem mody móc określić strategie paratekstowe oraz autotematyczne obecne w polskim czasopiśmiennictwie, przyszło poczekać ponad pół wieku [WOJTAK, 2002], jednak o zabiegach porządkujących, ułatwiających lekturę oraz zjednujących prasowego czytelnika można z całą pewnością mówić już dużo wcześniej. Parę tytułów z połowy XIX i początku XX wieku, które poddałam tu oglądowi, miało być tego *nomen omen* zwiastunem. Zagadnienie rozwoju tych strategii jawi się jako interesujące w badaniach mniej lub bardziej specjalistycznych. Przeglądnięty materiał pozwala przypuszczać, że ewolucja form dialogowych, nawiązujących kontakt z odbiorcą (facycznych) ma związek z odzyskaniem niepodległości i zmianami w zaborczej cenzurze czasopism. Jadwiga Zieniukowa, badając reklamy w prasie Pomorza podobnego okresu, zauważyła: „Nie zaznacza się jeszcze – tak charakterystyczne dla reklamy dzisiejszej – chwalenie odbiorcy ani też bezpośrednio zwracanie się do niego.” [ZIENIUKOWA, 1996: 140] Ale za próbę nawiązywania kontaktu z czytelnikiem uważa „swoistą reklamę”, którą stanowi „informacja o charakterze gazety i warunkach prenumeraty podawana przez wydawcę pisma obok tytułu. Przykłady informacji o gazecie: »Biedaczek. Mały i tani Tygodnik dla Biednego Ludu«”. [ZIENIUKOWA, 1996: 137–138]

Wydaje się więc, że tak teksty gazetowych winiet, spisy treści, jak i redakcyjne lidy umieszczane przed tekstami prasowymi badać można w kategoriach perswazyjności, autotematyzmu, działania funkcji facycznej albo też – jak pokazałam to w niniejszej propozycji – w kategorii paratekstowości. Widziałam bowiem w tych tekstach sposób kontaktu wydawcy z czytelnikiem na łamach prasy poprzedzający jego lekturę (eskorta tekstu) i mogący nią kierować. Współcześnie coraz częściej parateksty (łącznie już z zapowiedzią, która się dopiero wykrystalizuje w XX wieku) również tę lekturę zastępują.

Literatura

- BAUER Z., CHUDZIŃSKI E., red., 2000: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Wrocław: Universitas.
- BORTNOWSKI S., 1999: *Warsztaty dziennikarskie*. Warszawa.
- DANEK D., 1980: *Dzieło literackie jako książka. O tytułach i spisach rzeczy w powieści*. Warszawa: PWN.
- FRAS J., 1999: *Dziennikarski warsztat językowy*. Wrocław.
- LOEWE I., 2003: *O niesamodzielności tekstów w mediach. Program telewizyjny i jego paratekst*. W: SOKOŁOWSKI M., red.: *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria, praktyka, oddziaływanie*. Olsztyn: Oficyna Wydawnicza Kastalia.
- LOEWE I., 2004a: *Parateksty, pre-teksty, czy możliwe paragatunki?* W: OSTASZEWSKA D., red.: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 2: *Gatunek a tekst*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- LOEWE I., 2004b: *Paratekstualność i wielostylowość noty redakcyjnej*. W: RUSZKOWSKI M., red.: *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i pragmatyki*. Kielce: Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej.
- LOEWE I., 2004c: *Paratekst w Internecie*. W: SOKOŁOWSKI M., red.: *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*. Olsztyn: Oficyna Wydawnicza Kastalia.
- LOEWE I., 2004d: *Typy paratekstów w polskiej telewizji publicznej*. W: KITA M., GRZENIA J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- ONG W.J., 1992: *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*. Przełożył i wstępem opatrzył JAPOLA J. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- PIĘTKOWA R., 2001: *Paratekst w tekstach naukowych – informacja i/lub reklama*. W: WITOSZ B., red.: *Stylistyka a pragmatyka*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- PIĘTKOWA R., 2004a: *Paratekst o autorze. Biogram i/czy prezentacja*. W: OSTASZEWSKA D., red.: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 2: *Tekst a gatunek*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- PIĘTKOWA R., 2004b: *Paratekstualność w dyskursie naukowym*. W: RUSZKOWSKI M., red.: *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki*. Kielce: Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej.
- WOJTAK M., 2002: *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*. W: WOJTCZUK K., red.: *Moda jako problem lingwistyczny*. Siedlce.
- WOJTAK M., 2004: *Gatunki prasowe*. Lublin 2004: Wydawnictwo UMCS.
- ZIENIUKOWA J., 1996: *Reklamy w XIX-wiecznej polskiej prasie Pomorza jako socjolingwistyczny obraz regionu*. W: GRYBOSIOWA A., KOWALSKA A., red.: *Studia historycznojęzyczne*. T. 24. Katowice: Wydawnictwo UŚ.

Iwona Loewe

Les stratégies paratextuelles dans la presse
À des exemples choisis de la moitié du XIX^e et du début du XX^e siècle

Résumé

L'article est une révision de quelques titres de presse de la moitié du XIX^e et du début du XX^e siècle (d'où l'histoire), dans lesquels nous avons cherché des méthodes de gagner le lecteur et de nouer une relation avec lui (d'où la communication). Il s'est révélé que dans la période examinée, de l'éventail de riches paratextes on a retrouvé des sommaires, des projets de publications de presse, placés dans le sommaire ou à la proximité d'articles, en plus des titres résumant, visibles dans des annexes d'articles, soulignés graphiquement par la rédaction. Comme une manifestation d'un dialogue spécifique nous avons considéré aussi les informations concernant des „primes” et des suppléments, ajoutés aux numéros successifs de la revue. À cette période les annonces comme un genre de presse autonome ni des titres variés typographiquement n'existent pas encore.

Iwona Loewe

Paratextual Strategies in Press
Exemplified by Selected Titles from the Middle of the 19th and the Beginning
of the 20th Centuries

Summary

The article is a survey of several press titles from the middle of the 19th and the beginning of the 20th centuries (hence the historical dimension), in which the author was examining the methods used there to capture the reader's attention, and to establish a contact with the reader (hence the conversational dimension). It has appeared that, out of the wide range of modern paratexts, only tables of contents, announcements of press publications placed in a list, or close to the articles, and abbreviated versions of the lead stories, visible in the graphically highlighted, by the editorial board, escorts of the articles, could be found. The information, placed in mastheads, and concerning the „premiums” and supplements attached to particular issues of a given paper, has been qualified as symptoms of a certain form of the editors' dialogue with the readers. In that period, no announcements, as an autonomous press genre, or typologically diversified lead stories yet existed.