

УДК 008

Wojciech Sierżęga**RUCH WYDAWNICZY W POLSCE PO ROKU 1945.
RYS HISTORYCZNY****Серженга В.****ВИДАВНИЧИЙ РУХ В ПОЛЬЩІ ПІСЛЯ 1945 РОКУ.
ІСТОРИЧНИЙ НАРИС**

Видавничий ринок у Народній Польщі був строго регульований. Системна трансформація та технологічний прогрес синхронізувалися на початку 90-х років ХХ століття, спричинюючи значні зміни. Видавці, аби встигнути за безпрецедентною революцією, були змушені здійснювати глибокі зміни в здійсненні своєї діяльності. Новаторські стратегії часто зумовлювали банкрутство, однак у випадку віднайдення властивої бізнесової стежки, успіх виявлявся spektakularnym.

Ключові слова: видавництва, типографія, друкарство, бізнес-процеси.

Sierżęga W.**PUBLISHING ACTIVITIES IN POLAND AFTER 1945.
HISTORICAL REVIEW**

Publishing market in Polish People's Republic was precisely regulated. Restore democracy and technological progress synchronised in early 90's of 20th century and caused many changes. Publishers, to keep up with the unique revolution, were forced to carry out far-reaching modernizations in their companies. Innovative strategies often resulted in bankruptcy. However in case of finding the right business process, success turn out to be spectacular.

Keywords: publishing, typography, printing, business process.

Серженга В.**ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДВИЖЕНИЕ В ПОЛЬШЕ
ПОСЛЕ 1945 ГОДА. ИСТОРИЧЕСКИЙ ОБЗОР.**

Издательский рынок в Народной Польше был строго регулируемым. Системная трансформация и технологический прогресс син-

хронизировались в начале 90-х годов XX века, приведя к значительным изменениям. Издатели, чтобы успеть за беспрецедентной революцией были вынуждены осуществлять глубокие изменения в своей деятельности. Новаторские стратегии часто вызвали банкротство, однако в случае обнаружения соответственного бизнес-пути, успех оказывался спектакулярным.

Ключевые слова: издательства, типография, печать, бизнес-процессы.

Działalność wydawnicza w Polsce okresu międzywojennego opierała się głównie na poczynaniach prywatnych firm, których ilość w 1935 roku szacowana była na ok. 560 [2, s. 15]. Wśród nich wyróżnić można wielkie, społeczne przedsiębiorstwa takie jak Wydawnictwo Zakładu Narodowego im. Ossolińskich i *Nasza księgarnia*, prywatne wydawnictwa jak *Trzaska*, *Evert i Michalski*, *Gebethner i Wolff* lub *Rój* oraz inne [1, s. 13]. Działania wojenne w latach 1939-1945 spowodowały ogromne spustoszenie wśród polskiego księgarstwa i znacząco zredukowały ruch wydawniczy.

Wiosną 1945 r., jeszcze przed zakończeniem II Wojny Światowej, wznawiały lub zwiększały swoją produkcję wydawnictwa prywatne. Jeżeli nie były w rękach działaczy partyjnych, ich działalność była sukcesywnie ograniczana. Ostatecznie zmuszano je do ogłaszania upadłości. Wspomniane *Trzaska*, *Evert i Michalski* najpierw ograniczyło działalność do *stricte* księgarstwa, by ostatecznie zakończyć działalność w 1961 r.

9 kwietnia 1946 r. pojawia się dekret, który zawiesza umowy wydawnicze i przekazuje prawa autorskie klasycznych dzieł literatury polskiej na Ministra Kultury i Sztuki. Zostaje powołany Główny Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk. Niektóre tytuły, zakazane przez partię rządzącą, są wycofywane z obrotu. Szczególną uwagę kładzie się na podręczniki szkolne i książki historyczne, których treści podlegały ograniczeniom ideologicznym zgodnie z interesem władz komunistycznych [8, s. 329]. Od 1947 r. udzielenie zezwolenia na prowadzenie działalności wydawniczej jest uzależnione od wpisu do państwowego rejestru wydawców [1, s. 19].

W 1949 roku powstał Komitet Upowszechniania Książki, który regulował cenę i nakłady tytułów. W 1950 r. powołano *Dom Książki*, państwowa organizacja księgarska. Początkowo była to jedna centralna księgarnia w Warszawie, która w ciągu szeregu zmian strukturalnych przekształciła się w 1956 r. w firmę o zasięgu krajowym z placówkami

na terenie całej Polski. [3, s. 276]. W 1977 r. *Dom Książki* to ponad 2 000 księgarń działających w małych miejscowościach i dużych miastach wojewódzkich oraz kontrola ponad 90% obrotu książką na terenie kraju. W roku 1977 pojawił się drugi obieg, czyli nieocenzurowane materiały dotyczące kultury niezależnej i opozycji politycznej [5, s. 266]. Barbara Toruńczyk, współredaktor niezależnego pisma *Zapis* wspomina, że wszyscy byli po trochu redaktorami, autorami, drukarzami oraz kolporterami [9, s. 8].

W latach 80. zapaść polityczna i gospodarcza zasadniczo wpłynęła na ruch wydawniczy. Spadła produkcja oraz popyt. Popularni autorzy publikowali swoje dzieła w drugim obiegu. Cenzuradopuszczała do druku dzieła wcześniej uznane za niewygodne. Pod koniec lat 80. oficjalnie ukazały się *Dzieci Stalina* R. Miedwiediewa czy *Doktor Żywago* B. Pasternaka [6, s. 274].

Okres Polski Rzeczypospolitej Ludowej w kontekście rynku książki obfituje w wiele wydarzeń, które są źle oceniane: usuwanie wybranych tytułów z oficjalnego obiegu, indoktrynacja podręczników dla dzieci i młodzieży, zamykanie prywatnych wydawnictw i księgarń to tylko niektóre z przykładów. Jednak obok tego należy postawić książkę, która jest obecna w przestrzeni publicznej w relatywnie niskiej cenie w księgarniach, które utrzymywane przez państwo nie mogły zbankrutować.

Trzęsienie ziemi – zmiany na rynku książki w latach 90. XX-wieku

Plany wydawnicze na rok 1989 znakomitej większości wydawnictw nie zakładały większych zmian. Tymczasem została zniesiona cenzura, monopol na hurt i dystrybucję książek straciły *Składnica Księgarska* i *Dom Książki*, ujawnił się i zaczął legalizować drugi obieg. Uwolnienie gospodarki spowodowało pojawienie się na rynku mnóstwa zupełnie nowych wydawnictw i księgarń [7, s. 8-10]. Wysokie nakłady, często miernej jakości, zalewały odbiorców. Zubożenie społeczeństwa nie poprawiało wyników sprzedaży.

W 1990 r. powstała Polska Izba Książki. To organizacja gospodarcza, która zrzesza wydawców, księgarnie, hurtownie książek, drukarnie oraz wszystkie podmioty prawne związane z rynkiem książki.

Sytuacja zaczynała poprawiać się w 1992 r. Pojawiają się pisma branżowe, które mają pomóc w regulacji rynku, m. in. *Notes Wydawniczy* oraz *Wydawca*. Na rynek wkraczają zagraniczne korporacje. Ich doświadczenie i kapitał mają wnieść stabilizację na dynamicznym rynku książki.

Zaczyna funkcjonować prawo autorskie. Pojawiają się nowe zawody z nim związane, np. agent literacki. Posada od dawna znana w świecie kultury zachodu, została odkryta w Polsce dopiero po transformacji ustrojowej. Agent literacki to osoba pośrednicząca pomiędzy autorem dzieła i wydawcą, dbając o interesy tego pierwszego [13, s. 5-6].

Na świecie, głównie w Stanach Zjednoczonych, od końca lat 80.są rozwijane nowe technologie, które mogły być bez przeszkód wdrażane w Polsce po zmianie ustrojowej.

Typowy proces wydawniczy w PRL opierał się na druku wypukłym [4, s. 40]. Zecer, korzystając ze składu ręcznego lub maszynowego, tworzył matrycę, która służyła za formę drukową. Typograf korzystał z tych samych narzędzi publikując wspaniałe dzieła *czarnej sztuki*, tzn. drukarstwa.

W 1985 r. ma premierę program komputerowy do składu elektronicznego AldusPagemaker. Kupiony w 1994 r. przez firmę Adobe został pierwowzorem innego, nowszego, rozwiązania Adobe InDesign. W 1987 r. pojawia się konkurencyjny program QuarkXPress, również służący do składu. W 1990 roku ma premierę narzędzie do grafiki rastrowej Adobe Photoshop 1.0. Ten rewolucyjny program, w pierwszej wersji monochromatyczny, pozwalał na przenoszenie materiałów graficznych do komputera w postaci obrazu cyfrowego i dalszą jego obróbkę. Zecerzy musieli się nauczyć nowych metod tego samego zawodu lub się przekwalifikować. Ale to były jedynie nowe możliwości. Choć znacznie łatwiejsze w obsłudze, to jednak narzędzia. Wraz z nimi nie skończyła się epoka wybitnych typografów, którzy tworzyli pod wpływem zapachu pyłu ołowianych czcionek i farby drukarskiej [12, s. 40-41]. Właściciele drogich komputerów i ciągle aktualizowanych programów graficznych nie stali się specjalistami *czarnej sztuki* [9, s. 40-41].

Zmiany technologiczne oraz transformacja ustrojowa spowodowała trzęsienie ziemi w ruchu wydawniczym w Polsce lat 90. Oficyny wydawnicze potrafiły ogłosić upadłość jeszcze przed zakończeniem sprzedaży pierwszego tytułu. Książki i czasopisma stały zaczęły podlegać zupełnie innym zasadom niż przez wcześniejsze 45 lat.

Hubert Burda Media i polskie czasopisma brązowe

W 1989 r. na polski rynek książki weszła firma Hubert Burda. Początkowo wydawała jedynie dwa magazyny: miesięczniki *Burda* (dotyczący mody) oraz od 1995 r. *Mój Piękny Ogród* (traktujący o pielęgnacji ogrodu). Są to mutacje wydań niemieckich na poziomie międzynarodowym. Redakcje znajdowały się we Wrocławiu. Materiał, który zawarty był w

każdym z numerów, można podzielić na trzy części: bezpośrednie tłumaczenie z niemieckiego oryginału, własneartykuły przygotowywane przez redakcję oraz reklamy. Materiał graficzny do bezpośredniego tłumaczenia dostarczany był do redakcji ze sporym wyprzedzeniem czasowym. Dzięki temu osoby pracujące nad wydaniem miały możliwość, by wersje polska i niemiecka ukazywały się jednocześnie w obu krajach. Ten nowatorski pomysł zdał egzamin celująco. W przeciągu kilku lat pojawiły się na polskim rynku nowe tytuły czasopism, działające na podobnej zasadzie. By skoordynować pracę, powstaje studio reprograficzne z bazą wszystkich plików grafiki rastrowej i wektorowej, przez które przechodzą wydawane tytuły. Firma rozszerza swoją działalność o inne kraje Europy Wschodniej: Czechy, Słowację, Ukrainę, Rosję. Kluczem do sukcesu jest skoordynowana praca redakcji niemieckich oraz lokalnych, gdzie wydawane są konkretne magazyny oraz dbanie o estetykę każdego wydania.

Ciekawostką jest, że wrocławskie studio do końca 2010 r. dbało o materiał graficzny tygodnika dla kobiet *Луза*, współpracując z rosyjską redakcją znajdującą się w Moskwie. Te same osoby przygotowywały kazachstańskie wydanie tego samego tytułu.

Wynalazek Internetu pozwala przyspieszyć prace redakcyjne. Materiały graficzne dostarczane są poprzez łącza w trybie natychmiastowym. W dalszym ciągu studio reprograficzne kompletuje i archiwizuje pliki graficzne obsługując redakcje na terenie Europy. Jednak dzięki coraz szybszym komputerom, coraz wydajniejszym programom do składu i obróbki graficznej, coraz większej przestrzeni dyskowej i przede wszystkim coraz szybszym łączom internetowym, udogodnienie, jakim jest studio reprograficzne, staje się przeszkodą, które utrudnia płynność pracy redakcyjnej. Studio zostaje rozwiązane.

Wydawca Hubert Burda Media, który w 1989 r. wszedł na polski rynek z dwoma tytułami prasowymi, w 2016 r. posiada ponad 40 magazynów oraz 20 platform internetowych. To doskonały przykład strategii biznesowej w trybach działania rynku wydawniczego w Polsce.

Dbanie o ogród po europejsku

Mój piękny ogród, *Mein schöner Garten*, *Naše krásná zahrada* oraz *Мой прекрасный сад* to miesięczniki dotyczące pielęgnacji ogrodu. Oprócz tematyki łączy je wspólny wydawca. Dzieli je zasięg geograficzny, ograniczony do kraju, w którym jest wydawany dany tytuł.

Strategia działania opiera się na wydaniu niemieckim, które stanowi pierwowzór dla pozostałych mutacji. Zakładając, że numer czerwcowy

w każdym kraju ma się pojawić w punktach dystrybucji 20 maja, należy pamiętać o czasie produkcji i kolportażu (nie dotyczy to wydania elektronicznego). Dlatego czerwcowy numer każdego wydania należy zamknąć do 10 maja. Każdego, z wyjątkiem niemieckiego. Czerwcowy *Mein schöner Garten* powinien być gotowy do 10 kwietnia i tego dnia, w formie elektronicznej, z podziałem na zawartość, powinien trafić do poszczególnych zespołów. Tam zostanie poddany selekcji i po obróbce redakcyjnej znajdzie się w regularnym wydaniu. To redakcja decyduje ile i w jaki sposób wykorzysta dostępny materiał. Po zamknięciu wydań magazyn trafia w ręce czytelników w tym samym czasie w całej Europie.

Taka polityka wydawnicza oraz identyfikacja wizualna (nazwy, mimo innych języków oraz układ strony tytułowej są do siebie podobne) tworzy międzynarodową markę. Wydawca, działając na rynkach wielu krajów, musi orientować się w regulacjach prawnych. Na przykład zasada dotycząca proporcji materiału komercyjnego i redakcyjnego może być różna w zależności od regionu. Mimo tych różnic stworzenie dobrze działającego wydawnictwa na skalę międzynarodową jest zadaniem wykonalnym.

W erze Polskiej Republiki Ludowej aparat państwowy nie sprzyjał prywatnym wydawcom. Ruch wydawniczy był ściśle kontrolowany. Po transformacji ustrojowej książki i czasopisma stały się towarami podlegającym zasadom wolnego rynku. Wydawcy tacy jak Hubert Burda Media, dzięki odpowiedniej strategii biznesowej, nadążaniu za zmianami technologicznymi i ustalaniu wysokości nakładów w oparciu o popyt, mogli stworzyć model prosperującego wydawnictwa, które znakomicie odnalazło się w nowych realiach.

Bibliografia:

1. Biliński L. Zarys rozwoju ruchu wydawniczego w Polsce Ludowej, Warszawa, 1977.
2. Bromberg A. Książki i wydawcy, Warszawa, 1966.
3. Ciszewska W. Skażone władzą, Toruń, 2015.
4. Druździel M. Fijałkowski T. Inwentarium wiedzy o poligrafii, T. 1. Zecerstwo, Wrocław, 1988.
5. Friszke A. Przystosowanie i opór. Studia z dziejów PRL, Warszawa, 2007.
6. Kitrasiewicz P. Gołębiowski Ł. : Rynek książki w Polsce 1944-1989, Warszawa, 2005.
7. Lewandowski T. Po trzęsieniu ziemi, «Wydawca», 1993, nr 0.

8. Osiński Z. Zabiegi cenzorskie w szkolnej edukacji historycznej [w:], *Nie po myśli władzy*, red. Dorota Degen i Marcin Żmuda, Toruń, 2012.
9. Sowiński P. *Zakazana książka*, Warszawa, 2011.
10. Szczyпка S. *Litery, czcionki, fonty*, «Wydawca», 1993, nr 0.
11. Tomaszewski A. *Inwertarium wiedzy o poligrafii*, T. 2. *Pismo drukarskie*, Wrocław, 1989.
12. Tomaszewski A. *Smuga cienia*, «Wydawca», 2001, nr 12.
- Żukowski L. *Agenci*, «Notes Wydawniczy», 1992, nr 1.