Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

„FOLIA BIBLIOLOGICA" (2018), VOL. LX
DOI: 10.17951/fb.2018.60.37-57

Katarzyna Tałuć
Instytut Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej
Uniwersytet Śląski w Katowicach
https://orcid.org/0000-0001-8944-6209

LITERATURA DLA DZIECI I MŁODZIEŻY W INTERNECIE. ANALIZA ZAWARTOŚCI STRON INTERNETOWYCH WYDAWNICTW

Streszczenie: Celem artykułu jest analiza zawartości stron internetowych wybranych wydawnictw mających w swojej ofercie książkę adresowaną do młodego odbiorcy pod kątem obecności na nich tekstu literackiego. Postanowiono zastosować narzędzia netnografii oraz metodę funkcjonalną, aby: zidentyfikować kryteria doboru fragmentów tekstów umieszczanych na stronach internetowych, opisać miejsce tych fragmentów wśród innych elementów interfejsu strony, wskazać funkcje, jakie owe fragmenty pełnią. Do badań wybrano strony następujących wydawnictw osiągających w latach 2013–2015 najwyższe zyski ze sprzedaży książek, w tym tych dla dzieci i młodzieży: Wydawnictwo Olesiejuk, Wydawnictwo AMEET, Grupa Wydawnicza Foksal, Prószyński Media, Grupa Publicat, Nasza Księgarnia, Wydawnictwo Czarna Owca.

Słowa kluczowe: literatura dla dzieci i młodzieży, wydawcy książek dla dzieci i młodzieży, strony internetowe wydawnictw, literatura w Internecie, trailer książek, promocja książek

Literature for Children and Young Adults on the Internet. Analysis of the Content of Websites of Publishing Houses

Abstract: The aim of the article is to analyse the content of websites of selected publishers offering a book addressed to young readers in terms of the presence of a literary text on them. It has been decided to use netnography tools and a functional method to identify the criteria for selecting text extracts from websites; to describe the position of these extracts among the other elements of the website interface; to indicate the extract functions. The websites of the following publishing houses with the highest profits on the sale of books, including those for children and youth in 2013–2015, have been selected for the study: Wydawnictwo Olesiejuk, Wydawnictwo AMEET, Grupa Wydawnicza Foksal, Prószyński Media, Grupa Publicat, Nasza Księgarnia, Wydawnictwo Czarna Owca.

Keywords: literature for children and young adults, children's and young adults' book publishers, websites of publishing houses, literature on the Internet, book trailer, book promotion

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Wprowadzenie

Współcześnie obecność nowoczesnych technologii, zwłaszcza cyfrowych, we wszystkich przejawach ludzkiego życia jest czymś oczywistym, modyfikującym przebieg, funkcjonowanie określonych procesów, zjawisk, np. komunikacyjnych, ekonomicznych czy nawet je warunkujących. Internet stał się niezbędnym medium w kontaktach między osobami, instytucjami, przedsiębiorstwami oferującymi swoje produkty i usługi a potencjalnymi odbiorcami i użytkownikami. Skala wykorzystywanych przy tym narzędzi sieciowych, zwłaszcza technologii Web2.0, pozwala na zaspokojenie różnych oczekiwań, potrzeb osób poszukujących konkretnych produktów, informacji i jednocześnie tworzenie przestrzeni na kreacyjne działania budujące nową kulturę uczestnictwa w życiu społecznym[1]. Do obszarów aktywności ludzkiej w sieci interesującej ze względu między innymi na związki z działaniami o podobnym charakterze, ale w realnej przestrzeni, należy szeroko rozumiane życie literackie[2]. Cyfrowa technologia, dająca możliwość przede wszystkim rejestrowania wypowiedzi literackiej w innej niż drukowana formie, implikuje przemiany na linii autor–czytelnik, jak również w obszarze wydawca–dystrybutor–czytelnik (nabywca). Problematyka ta znalazła się w kręgu zainteresowań badaczy reprezentujących różne dyscypliny naukowe, co z jednej strony potwierdza atrakcyjność tej tematyki jako materii naukowej, z drugiej zaś dowodzi konieczności jej wieloaspektowej analizy uwzględniającej różne metodologiczne podejścia[3]. W opracowaniach dotyczących funkcjonowania tekstu literackiego w sieci po okresie tak zwanej identyfikacji, rejestrowania nowinek technologicznych coraz częściej są podnoszone problemy wynikające z wyboru metod, technik służących badaniu zjawisk internetowych, w tym zagadnień obejmujących wpływ nowego medium, np. jego technologicznych możliwości, na recepcję wypowiedzi literackiej[4]. Istotna zmiana w owych badaniach polega na przełamywaniu tendencji do traktowania zagadnień e-literatury[5]

[1] Zob. G. Mazurek, *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu*, Kraków 2008, s. 104–113, 133–135.

[2] Zob. M. Maryl, *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*, Warszawa 2015, s. 54–59.

[3] Na temat np. funkcjonowania książki w przestrzeni wirtualnej pisała Małgorzata Góralska. Zob. M. Góralska, *Książka w pajęczynie cyfrowej informacji: o wybranych mechanizmach łączenia tekstów w środowisku sieciowym i ich znaczeniu*, [w:] *Biblioteka w komórce? Przyszłość usług bibliotecznych*, red. M. Wrocławska, J. Jerzyk-Wojtecka, Łódź 2013, s. 6–14.

[4] Zob. A. Dymmel, *Czytelnictwo, czytanie i e-czytanie w epoce. Rekonesans badawczy*, [w:] *Czytelnicy – zasoby informacji i wiedzy. Tradycja i przemiany w czasach kultury cyfrowej*, red. A. Dymmel, S.D. Kotuła, Lublin 2017, s. 41–44; M. Maryl, *op. cit.*, s. 95–100.

[5] Pojęcie e-literatura jest używane najczęściej w odniesieniu do tekstów literackich, w tworzeniu których wykorzystuje się specyficzne możliwości medium elektronicznego i cyberprzestrzeni.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

jako odrębnych od problematyki dotyczącej literatury drukowanej i tym samym na wydobywaniu związków zachodzących między instytucjami życia literackiego funkcjonującymi w świecie rzeczywistym i tym cyfrowym oraz zależności procesów recepcji tekstów istniejących w obu przestrzeniach. Nadal są potrzebne badania koncentrujące się na materiale ściśle i wąsko wyselekcjonowanym, np. ograniczonym tylko do opisu form udostępniania cyfrowych kopii wypowiedzi literackiej, ale nawet wówczas badacz musi być świadomy istnienia szerszych kontekstów wykraczających poza świat wirtualny. Zagadnienia e-literatury zatem w ujęciu komunikacyjnym tworzą kilka głównych pól, których materia z kolei implikuje użyte metody oraz techniki badawcze. Wśród owych obszarów można wymienić:

1. Nadawca osobowy (pisarz) i jego sposoby komunikowania się z odbiorcą (czytelnikiem). Pisarz jako autor strony internetowej, blogu, konta w portalach społecznościowych i stosowane przez niego z przypisanymi *a priori* funkcjami. Formy wypowiedzi sieciowej wraz z zamieszczanymi, np. w gatunkowo złożonych strukturach, tekstami literackimi (w całości lub we fragmentach).

2. Nadawca instytucjonalny – biblioteki, wydawcy, czasopisma, redakcje portali, wortali, stowarzyszenia, organy administracji państwowej. Przedmiotem badań na tym polu są formy wypowiedzi sieciowych, których wybór ukierunkowuje założony adresat i wytyczony cel. Nie mniej istotne dla badacza jawią się relacje między nadawcą instytucjonalnym a osobowym (pisarzem) i sposób oraz intensywność reakcji odbiorców (czytelników) na kierowane do nich komunikaty.

3. Wypowiedzi sieciowe – gatunki proste, złożone; uwarunkowania technologiczne komunikacji literackiej. Dyskusje nadal wywołuje na przykład wybór sposobu digitalizacji tekstów literackich, co pociąga za sobą stopień ich hipermedialności.

4. Odbiorcy (czytelnicy) komunikatów sieciowych – ich typologia, wybory strategii odbioru komunikatów sieciowych, reakcje zwrotne na adresowane do nich wypowiedzi nadawców osobowych czy instytucjonalnych, a więc cała sfera elementów sytuujących się w obszarze recepcji tekstu literackiego funkcjonującego w Internecie.

Właściwości te powodują, że tekst nie może funkcjonować w innym środowisku niż cyfrowe i być odczytywany za pomocą innego medium. Zob. *Literatura – nowe media. Homo irretitus w kulturze literackiej XX i XXI wieku*, red. B. Bodzioch-Bryła, G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, Częstochowa 2014; M. Janusiewicz, *Literatura doby Internetu. Interaktywność i multimedialność tekstu*, Kraków 2013; *Liberatura, e-literatura i... Remiksy, remediacje, redefinicje*, red. M. Górska-Olesińska, Opole 2012; *Od liberatury do e-literatury*, red. E. Wilk, M. Górska-Olesińska, Opole 2011. Autorka niniejszego artykułu świadomie używa terminu e-literatura w szerszym zakresie niż podany wyżej i uwzględnia także teksty, które są tylko udostępniane w sieci oraz na urządzeniach mobilnych w różnych formatach. Uznano bowiem, iż nośnik ma istotne znaczenie w recepcji wypowiedzi, generując różnice w jej odbiorze.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Jak już wspomniano powyżej, wybór zakresu problematyki implikuje metody badania Internetu – ilościowe oraz jakościowe – jednak, na co wskazują autorzy opracowań metodologicznych, ostatecznie rozważania wykraczają poza sferę cyfrową i stanowią źródło wiedzy o szerszych zjawiskach kulturowych[6]. Dlatego najwłaściwsze podejście w analizie i interpretacji zachowań użytkowników Internetu oraz efektów owych zachowań winno mieć charakter interdyscyplinarny, wykorzystywać metody wypracowane i stosowane na gruncie różnych dyscyplin: bibliologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, medioznawstwa, psychologii, socjologii. Przegląd tylko polskojęzycznych opracowań tematycznie dotyczących e-literatury, szerzej książki cyfrowej, digitalizacji jest już obszerny, mimo efemeryczności tego zjawiska, utrudniającej formułowanie ostatecznych wniosków i nakreślanie perspektyw. Także w obszarze badań tekstów adresowanych do młodego czytelnika można odnotować coraz więcej wartościowych analiz zarówno o charakterze przyczynkarskim, jak i syntetycznym[7]. Niemniej jednak pozostaje jeszcze wiele pytań badawczych czekających na odpowiedzi, np. dotyczących wspólnot czytających w sieci powstających wokół blogów i stron internetowych pisarzy, portali i wortali literackich. Pytań dotykających między innymi kwestii mechanizmów inicjowania owych grup, dynamiki komunikowania się między członkami i na zewnątrz z innymi grupami czy instytucjami zarówno e-życia literackiego, jak i tymi w świecie realnym, relacji czy zależności między lekturą tekstów funkcjonujących w Internecie i w wersji tradycyjnej – drukowanej. Problematyka, która szczególnie w odniesieniu do literatury dla dzieci i młodzieży również wymaga poznania, to sfera aksjologii. W Polsce wiele instytucji – od ministerstw (Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Cyfryzacji) po stowarzyszenia (Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę) – podjęło akcje o wymiarach prawnym, edukacyjnym, informacyjnym mające na celu uchronienie młodych użytkowników sieci przed niebezpieczeństwami wynikającymi z nieumiejętnego korzystania z tego medium. Wydaje się jednak, że jeszcze zbyt powierzchownie i za rzadko dyskutuje się o kryteriach wartościowania, które nie tylko wspomagałyby porządkowanie informacji, a w konsekwencji porządkowanie wiedzy udostępnianej za pośrednictwem Internetu, ale także pozwoliłyby na nakreślenie ram i punktów odniesienia obejmujących sferę ludzkich działań w sieci. Postulaty, jakie zawarła Irena Socha w opublikowanym w 2010 roku artykule o powinnościach bibliotek szkół wyższych w społeczeństwie wiedzy, można implementować w obszar dyskusji

[6] R. Rogers, *Digital methods*, Boston 2013, s. 21; F. Sudweeks, S.J. Simmoff, *Complementary Explorative Data Analysis. The Reconciliation of Quantitative and Qualitative Principles*, [w:] *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, red. S. Jones, Thousand Oaks 1999, s. 29–55; M. Maryl, *op. cit.*, s. 119–132.

[7] Problematykę tę podejmują między innymi współautorzy książek pokonferencyjnych z serii *Biblioteka, książka, informacja, internet*, np. A. Has-Tokarz, I. Mielczarek, M. Zając.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

o powinnościach osób zamieszczających w Internecie teksty literackie adresowane do dzieci i młodzieży. Słowa badaczki o tym, że: „W równej mierze dla roli bibliotek w społeczeństwie wiedzy nie jest obojętne, czy w jej misji, w zawodowej i kulturowej tożsamości bibliotekarzy pozostanie obecny paradygmat aksjologiczny i humanistyczny; nie umniejszając roli technologicznego i pragmatycznego. Także dzisiaj refleksja nad miejscem, rolą i powinnościami wobec odbiorców w systemie bibliotecznym wydaje się dla przyszłości bibliotek, także dla przyszłości kultury, problemem kluczowym”[8], to doskonały punkt wyjścia dla rozważań o odpowiedzialności osób zaangażowanych w działalność bibliotek dla dzieci i młodzieży, a także innych, których praca jest ukierunkowana na niedorosłego człowieka. Zatem istotne, dopełniające naukowe dociekania będą odpowiedzi na pytania o cele, jakie wytyczają sobie nadawcy tekstów literackich, osobowi lub instytucjonalni, cele jawnie artykułowane i ukryte; o funkcję owych tekstów; o skutki odbioru, także w wymiarze aksjologicznym rozpowszechnianych wypowiedzi.

Literatura dla dzieci i młodzieży na stronach internetowych wydawnictw

Ze względu na obszerność problematyki, jaką sygnalizuje pierwszy człon tytułu artykułu, autorka skoncentrowała się na jednym elemencie współtworzącym procesy komunikacyjne w obszarze książki dla dzieci i młodzieży w sieci. Wzięto pod uwagę główne strony internetowe wydawnictw, strony poświęcone konkretnym tytułom książkowym, powstałe na zlecenie komercyjnych przedsiębiorstw, przeważnie wydawnictw. Na owych stronach czytelnik nie znajdzie cyfrowej kopii konkretnej książki, ale często może zetknąć się z fragmentami prezentowanej publikacji. Stosując wybrane narzędzia netnografii oraz metodę funkcjonalną, podjęto próbę odpowiedzi na pytania o kryteria doboru owych fragmentów, ich miejsce wśród innych elementów interfejsu strony, funkcje, jakie pełnią, co pozwala opisać przebieg komunikacji między nadawcą a założonym oraz autentycznym odbiorcą. Przyjęto, że wydawnictwa generujące największy przychód osiągnęły wysokie wyniki sprzedaży między innymi dzięki przygotowaniu skutecznej strategii marketingowej obejmującej także przestrzeń sieciową. Dlatego wśród wydawnictw, których strony poddano analizie, znalazły się te osiągające w latach 2013–2015 najwyższe zyski ze sprzedaży książek. Na dwadzieścia najrentowniejszych wydawnictw siedem to oficyny mające w ofercie książkę literacką dla młodego odbiorcy, a niektóre od początku swojego

[8] I. Socha, *Biblioteki szkół wyższych w społeczeństwie wiedzy. Uwagi wstępne*, [w:] *Biblioteki szkół wyższych w społeczeństwie wiedzy. Uwarunkowania i wybrane zagadnienia*, t. 1: *Konteksty i uwarunkowania*, red. Z. Gębołyś, Katowice 2010, s. 15.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

istnienia specjalizują się w tym segmencie publikacji. Jednym z nich jest Wydawnictwo Olesiejuk (w rankingu miejsce piąte w 2015 r.). Firma z chwilą powstania, czyli od 2003 r., przygotowuje do druku literaturę dziecięcą i młodzieżową autorów polskich, w tym klasyków, oraz zagranicznych. Drugie przedsiębiorstwo to Wydawnictwo AMEET. Za nim plasują się: Grupa Wydawnicza Foksal, Prószyński Media, Grupa Publicat wyrosła z firmy Podsiedlik-Raniowski i spółka. Na siedemnastym miejscu znalazła się Nasza Księgarnia, a pierwszą dwudziestkę zamyka Czarna Owca, która rok wcześniej była dziewięć pozycji niżej[9].

Pierwsza z wymienionych firm, mimo że interfejs strony sygnalizuje od razu użytą kolorystyką oraz projektem nagłówka rodzaj asortymentu i jego głównego adresata, nie przewidziała jako bezpośrednich użytkowników swojej witryny młodych czytelników[10]. Layout strony niczym się nie wyróżnia, a udostępniane w witrynie informacje pełnią przede wszystkim funkcję oferty handlowej. Katalog, jako główna część strony realizujący tak wytyczone cele, składający się z krótkich notek, niekiedy jednozdaniowych, prezentujących konkretny tytuł, opatrzonych fotografią pierwszej strony okładki, nie odbiega od standardowego formatu cyfrowej oferty asortymentu wydawniczego. Wydawnictwo nie kontynuuje projektów realizowanych jeszcze przed 2010 rokiem, kiedy dla szczególnie promowanych książek zakładano osobne podstrony dedykowane docelowym adresatom. Przykładem takim była strona poświęcona serii powieści z cyklu Ulysses Moore zawierająca wybrane fragmenty kolejno wprowadzanych na rynek tomów[11].

Wydawnictwo AMEET Sp. z o.o., powstałe w 1991 r., specjalizuje się w przygotowywaniu publikacji adresowanych do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym, pełniących przede wszystkim funkcje edukacyjne i rozrywkowe. AMEET swoją ofertę zbudowała z książek wydawanych na licencji takich firm oraz marek, jak: Atomówki, Barbie, Ben 10, Disney, Lego, Lego Star Wars, Schleich Enchantimals, Star Wars, Super Wings. Według raportu *Rynek książki w Polsce 2016* wydawnictwo w 2015 r. odnotowało w porównaniu z rokiem poprzednim wzrost przychodów ze sprzedaży książek, dzięki czemu w rankingu z pozycji dziewiątej przesunęło się na siódmą[12]. Główna strona internetowa firmy jest przygotowana

[9] Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2016*, Warszawa 2017, s. 177–178. Analizę zawartości stron internetowych przeprowadzono w okresie od lipca 2017 r. do października 2018 r.

[10] Firma Księgarska Olesiejuk. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.wydawnictwoolesiejuk.pl/ [dostęp: 01.10.2018]. Ilustracja nad belką głównego menu ulega modyfikacji, np. w zależności od pory roku czy premiery wybranego tytułu, ale jej stylistyka pozostaje taka sama.

[11] Zob. K. Tałuć, *Literatura dla młodego odbiorcy w polskojęzycznych zasobach sieciowych*, [w:] *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*, t. 2, red. K. Heska-Kwaśniewicz, Katowice 2009, s. 222.

[12] Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2016*, s. 177.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

z myślą o dorosłej osobie – kliencie, który nabywa daną pozycję[13]. Zamieszczono więc na niej przede wszystkim treści reklamujące ofertę zbudowaną z krótkich opisów zawartości książki, wybranych informacji metryki wydawnictwa, fragmentów recenzji polecających konkretny tytuł. Element słowny wzbogacono zdjęciami okładek, dodając możliwość pobrania ilustracji z pierwszej strony okładki w formacie .jpg. Seriom wydawniczym zadedykowano osobne zakładki, jak np. „Disney Uczy"[14], obejmujące rozbudowane informacje nie tylko o konkretnych książkach z serii, ale także o edukacyjnych programach skorelowanych z produkcją wydawniczą. Za pośrednictwem hiperłączy czytelnik jest odsyłany do stron innych portali redagowanych przez firmy, np. Qlturka.pl Ewy Świeżawskiej, instytucji, które patronują akcjom AMEET, stowarzyszeń, przez co treści zamieszczone na stronie wydawnictwa zostają uwiarygodnione, a ich siła oddziaływania wzmocniona. Podstrony poświęcone poszczególnym seriom różnią się między sobą stylistyką, przede wszystkim proporcjami między elementem treściowym a graficznym. W mniejszym stopniu wydawnictwo zwraca uwagę na sposób tworzenia opisu danej książki, co skutkuje obecnością charakterystyk zawierających na przykład formuły adresatywne wskazujące na czytelnika niedorosłego. Wydawnictwo AMEET w celu promowania swoich publikacji wykorzystuje przede wszystkim krótkie filmy, które zamieszcza na podstronach dedykowanych seriom, np. „Disney Uczy". Zamieszczone fragmenty książek to pojedyncze scenariusze pracy z dziećmi lub ilustracje okładek, obrazki do kolorowania czy pojedyncze tapety z książkowymi bohaterami do pobrania na komputer, tablet lub telefon komórkowy.

Wydawnictwo Wilga, jeden z liderów książki dziecięco-młodzieżowej, działające w Polsce od 1989 r., w roku 2012 weszło w skład Grupy Wydawniczej Foksal. Firma zachowała profil produkcji i nadal proponuje różnorodne publikacje ze względu na treść, jak również formę fizyczną przygotowywane z myślą o dzieciach do 12. roku życia. Foksal nie przygotowuje osobnych stron, podstron, które byłyby dedykowane konkretnym grupom odbiorców. W prezentacji oferty wyróżnia jedynie kategorię „Książki dla dzieci", a w kategorii „Literatura" – „Literatura młodzieżowa". Opisy poszczególnych książek z tych działów to standardowa, kilkuzdaniowa notka pełniąca funkcję oferty handlowej[15].

[13] AMEET, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ameet.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[14] „Disney Uczy" [podstrona strony głównej Wydawnictwa AMEET online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ameet.pl/seria-disney-uczy/ [dostęp: 01.10.2018]. Oprócz serii „Disney Uczy" wydawnictwo udostępnia zakładki poświęcone seriom: „Disney dla Malucha", „Lego Nexo Knights".

[15] Zob. Foksal. Grupa Wydawnicza, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.gwfoksal.pl/ [dostęp: 01.10. 2018]. Istnieją w sieci strony popularyzujące konkretne książki lub cykle Wilgi, np. *Emi i Tajny Klub Superdziewczyn* Agnieszki Milech i Magdy Babińskiej, do których jednak użytkownik nie dotrze z głównej strony Foksal, a copyright tej strony nie należy do wydawnictwa. Zob.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Inną strategię marketingową stosuje Prószyński Media – firma, która rozpoczęła swoją działalność niewiele później od Wilgi, bo w 1990 r. Strona główna wydawnictwa to przede wszystkim elektroniczna oferta oficyny[16]. Sposób prezentacji konkretnych tytułów nie odbiega od standardowej formuły, czyli w części środkowej strony wyświetlają się zdjęcia okładki konkretnej pozycji, krótki opis wprowadzający w fabułę książki, życiorys autora, ilustratora i niezbędne dane identyfikujące publikację. Dodatkowo przy niektórych książkach dodano funkcję „Przeczytaj fragment", umożliwiając pobranie plików z rozszerzeniem .epub, także na urządzenie mobilne. W przypadku wydania książki w formie audiobooka można wysłuchać fragmentu nagrania. Opcja „Przeczytaj fragment" jest widoczna, ponieważ sygnalizuje ją ikonka (otwarta książka) umieszczona przy opisie, natomiast do pliku audio przekierowuje podświetlony na niebiesko link. Interfejs strony głównej wydawnictwa nie jest zaprojektowany z myślą o młodej osobie korzystającej na co dzień z nowoczesnych technologii komunikacyjnych i z pewnością nie będzie dla niego atrakcyjnym źródłem informacji o konkretnej książce. O ile same opisy skonstruowano interesująco dzięki zastosowaniu niedopowiedzeń, skoncentrowaniu uwagi na bohaterze czy intrygującym fragmencie akcji, o tyle wizualny sposób prezentacji publikacji zniechęca nawet dorosłego do dłuższego przeglądania oferty, a tym samym do szukania interesującej go książki. Na uwagę zasługuje z kolei zamieszczanie linków przekierowujących czytelnika ze strony głównej do stron poświęconych danemu cyklowi czy serii, stron utworzonych przez wydawnictwo albo przez samych autorów lub pasjonatów. Zabieg ten zastosowano w przypadku na przykład książek Marcina Kozioła z cyklu „Detektywi na Kółkach"[17] oraz komiksów o Tytusie Romku i a A'Tomku[18]. Strona poświęcona albumom Henryka Jerzego Chmielewskiego, chociaż dawno nieaktualizowana, nadal jest atrakcyjna wizualnie, z intuicyjnym interfejsem. Wprawdzie strona nie umożliwia zapoznania się z fragmentami poszczególnych książek, ale fakt ten rekompensuje chociażby zamieszczony tekst imitujący wywiad z głównym bohaterem. Humorystyczny dialog wprowadza czytelnika w atmosferę wszystkich ksiąg o Tytusie. Do elementów, które mogą przez dłuższy czas zatrzymać użytkownika na stronie i jednocześnie zachęcić go do przeczytania poszczególnych ksiąg, należą także układanka z puzzli

Emi i Tajny Klub Superdziewczyn, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://emisuperdziewczyna.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[16] Prószyński i S-ka, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.proszynski.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[17] *Detektywi na Kółkach*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.detektywi-na-kolkach.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[18] *Tytus, Romek, iA'Tomek*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.tytus.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

oraz plansza do gry wraz z opisem tematycznie nawiązująca również do przygód uczłowieczanego przez harcerzy szympansa.

Jeżeli młody człowiek sam lub zachęcony przez kogoś dotrze do fragmentów książek udostępnianych przez wydawnictwo, będzie miał okazję zapoznać się z początkiem powieści o objętości dziesięć stron tekstu. Od strony technicznej odbiór jest warunkowany możliwościami programu, jaki zostanie użyty do odczytania pliku .ebup. Wydawnictwo Prószyński i Media w przeszłości podejmowało także inicjatywy tworzenia stron niepodporządkowanych celom marketingowym, umożliwiając bezpłatne zapoznanie się z pełnymi wersjami tekstów literackich. Strona www.bajka.pl, działająca od 2000 r., zawiera teksty z książki *Baśnie, opowieści, gadki* Oskara Kolberga. Mimo informacji o aktualizacji strony liczba tekstów od ostatniego badania z 2008 r. nie uległa zmianie i wynosi trzydzieści osiem. Nie podjęto także starań, aby uatrakcyjnić layout strony[19].

Kolejny potentat w branży wydawniczej, także oferujący publikacje dla niedorosłych – Publicat[20] – w celu dotarcia do potencjalnych odbiorców (docelowych i pośredników) wykorzystuje technologię cyfrową. Ze względu na to, że Publicat to firma zrzeszająca kilka wydawnictw (Wydawnictwo Dolnośląskie, Elipsa, Książnica), które przed akcesją miały sprofilowaną produkcję, działania reklamowe dopasowano do ich dotychczasowej oferty. Dodatkowo wydzielono osobne wydawnictwa specjalizujące się na przykład w książce dla dzieci (Papilon), w książce edukacyjnej (Centrum Edukacji Dziecięcej).

Seriom Papilona[21]: „Martynka", „Reksio", „Angry Birds", poświęcono osobne strony, na które można wejść z głównej strony grupy. Strony o książeczkach belgijskiego pisarza Gilberta Delahaye'a[22] oraz te poświęcone zeszytom o szalonych przygodach ptasich bohaterów odznaczają się stylistyką jednoznacznie pozwalającą na ich skojarzenie z konkretnymi tytułami. W przypadku serii o Martynce dominują kolory jasnoniebieski i różowy, i te barwy występują także w projektach okładek poszczególnych części. Zwraca uwagę również ilustracja głównej bohaterki wykorzystana jako główny i stały element graficzny strony, wyeksponowany po jej lewej stronie. Stylistyka głównej strony o Angry Birds[23] nawiązuje natomiast do wyglądu

[19] Zob. K. Tałuć, *op. cit.*, s. 223.

[20] Publicat S.A. Grupa Wydawnicza, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[21] Papilon, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/papilon [dostęp: 01.10.2018].

[22] *Martynka*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.martynka.com.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[23] *Angry Birds*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://papilon.pl/AngryBirds/ [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

ekranu startowego gier komputerowych, co nie zaskakuje, ponieważ pierwowzorem przygód ptasich bohaterów była prosta gra zręcznościowa wprowadzona w 2009 r. na platformę IOS (Apple). Po podjęciu decyzji, czy odbiorca chce zapoznać się z kolekcją ptasich opowieści, czy też kolekcją łamigłówek, ukazują się strony dotyczące konkretnych książeczek strukturą nieodbiegające od głównej witryny wydawnictwa Papilon. Różnice polegają na zastosowaniu przede wszystkim innej kolorystyki. Strony poświęcone książeczkom o Martynce oraz Angry Birds w całości są adresowane do osoby dorosłej – pośrednika w kontakcie z książką. Poszczególne elementy strony, ich rodzaj, rozmieszczenie, wielkość, zachowane proporcje między elementami wizualnymi a tekstowymi mają na celu przede wszystkim nakłonienie do nabycia oferowanego towaru. Osiągnięciu tak wytyczonego celu służy przytaczanie argumentów wskazujących na walory edukacyjne reklamowanych publikacji: „Książki o Martynce to ciepły i zabawny tekst oraz znakomicie uzupełniające go piękne i realistyczne, pełne szczegółów, ale pobudzające wyobraźnię ilustracje. Przede wszystkim jednak to seria o bezpiecznych walorach edukacyjnych, niosąca mnóstwo pozytywnych emocji, idealna do wykorzystania dla naszych pociech”[24]. Podobnie perswazyjny ton zastosowano w opisie serii „Angry Birds”. Duża liczba elementów na stronie o Martynce oraz jej kolorystyka powoduje trudności w odszukaniu kart otwierających części dedykowane dzieciom. I tak, kartę pod tytułem „Gry i zabawy” umieszczono tylko na stronie głównej serii. Tytuł tej karty znika z chwilą otwierania części poświęconych innym treściom, np. opowiadaniom. Papilon proponuje młodym użytkownikom trzy formy zabawy: odnajdywanie par jednakowych kart, układanie puzzli oraz kolorowanie obrazków tematycznie nawiązujących do przygód Martynki. Korzystanie z wymienionych form zabawy wymaga pośrednictwa dorosłego, który po pierwsze odczyta instrukcje, po drugie pomoże skopiować materiały na dysk osobistego komputera.

Podstroną intuicyjną w obsłudze, dostosowaną do możliwości percepcyjnych kilkulatków, jest ta poświęcona serii książeczek o Reksiu[25]. Zawiera jednocześnie elementy, takie jak prezentacja konkretnych tytułów adresowanych do dorosłych. Twórcy podstrony wprowadzili animacje, które uruchamia przesunięcie kursora na konkretne postaci lub przedmioty, a także dźwięk – melodie i odgłosy wydawane przez zwierzęta, np. kaczkę, dzika. Całość uzupełniają proste puzzle przedstawiające głównego bohatera.

[24] *O Martynce*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.martynka.com.pl/o-martynce.html [dostęp: 01.10.2018].

[25] *Reksio*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.reksioprzyjaciel.pl/#/buda [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Cechą charakterystyczną podstron Publicatu poświęconych seriom adresowanym do dzieci jest brak fragmentów tekstu z reklamowanych pozycji czy też w formie wybranych całych stron, czego oczekiwałoby się w przypadku książeczek obrazkowych, czy wyjątków z tekstu, np. z opowiadań o Martynce. Dopiero po przejściu do karty „Sklep" można zapoznać się z fragmentami rekomendowanej książki w formie postscriptowej i jednocześnie z recenzjami autorstwa blogerów lub dziennikarzy związanych z wysokonakładową prasą („Gazeta Wyborcza") albo z różnotematycznymi portalami.

Wydawnictwo Dolnośląskie[26] i Wydawnictwo Książnica[27] na podstronie dla młodzieży zatytułowanej zabookowani.pl[28] oferują dziewięć serii i cykli, na które składają się między innymi powieści Stephenie Meyer, Kristin Cast („Czytaj po Zmierzchu"); thrillery i powieści fantasy („Światy Fantastyczne"); opowieści o pierwszych młodzieńczych uczuciach („#Goyoung"); książki, których akcja toczy się w stadninach koni, a zwierzęta stają się pełnoprawnymi bohaterami przeżyć nastolatków („Wyścig o Wszystko"; „Heartland"; „Akademia Canterwood"; „Klub w Siodle"); książki przygodowo-sensacyjne z elementami fantastycznymi („Kierunek Przygoda"). Potencjalni klienci wydawnictw mogą zapoznać się z opisem konkretnego tytułu, czasami z fragmentami książek (przeważnie jest to dziewięć pierwszych stron), korzystając z podstrony zabookowani.pl. Opcja ta nie obejmuje jednak całej oferty. W przypadku niektórych tytułów dopiero przejście do „Sklepu" pozwala na przeczytanie wyjątku z powieści. Grupa Publicat zachęca do kontaktu przez zamieszczanie opinii zarówno osoby okazjonalnie dokonujące zakupu książek, czyli tzw. krytyków nieprofesjonalnych, np. blogujących rodziców, jak i profesjonalistów, chociażby dziennikarzy zawodowo interesujących się rynkiem książki. Oprócz „Strefy dla mediów/blogerów" z danymi osoby odpowiedzialnej w firmie za ten rodzaj kontaktu, na podstronach, np. Martynka, umożliwiono czytelnikom wysyłanie recenzji konkretnej publikacji. Wydawnictwo zapewnia autorów, że owe oceny opublikuje na tej samej stronie, jednak autorka tekstu takowych tam nie dostrzegła. Aby zapoznać się z opiniami, należy otworzyć kartę „Sklep". Publikowane fragmenty recenzji są linkowane, dzięki czemu zainteresowany lekturą całego tekstu może bez problemu odszukać go w sieci. Zamieszczanie na stronie opinii o książkach to jeden ze sposobów tworzenia wspólnoty czytających inicjowany przez wydawnictwo. Wspólnotę tę tworzą osoby, które zetknęły się z daną pozycją

[26] Wydawnictwo Dolnośląskie, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/wydawnictwo-dolnoslaskie[dostęp: 01.10.2018].

[27] Książnica, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/ksiaznica[dostęp: 01.10.2018].

[28] Zabookowani, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://zabookowani.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

i napisały na jej temat recenzję mającą formę profesjonalnej wypowiedzi lub też swobodnej opinii odbiegającej od słownikowych reguł.

Praktykę w wykorzystywaniu Internetu do nawiązywania kontaktu z klientami z pewnością ma Wydawnictwo Nasza Księgarnia. Osobne strony dedykowane konkretnym odbiorcom są przygotowywane zazwyczaj dla serii albo cykli, a więc dla tytułu, który będzie obecny na rynku przez dłuższy czas. Sama strona służy zatem przede wszystkim podtrzymywaniu zainteresowania konkretną książką i jednocześnie integracji osób, do których pozycja już trafiła oraz została pozytywnie przyjęta, co czyni z owego czytelnika potencjalnego nabywcę kolejnych tomów. Przykładem dobrze zaprojektowanej strony internetowej łączącej elementy wizualne z tekstowymi jest ta poświęcona cyklowi o detektywie Pozytywce autorstwa Grzegorza Kasdepkego i Piotra Rychla[29]. Pierwszy tom wydany w 2005 r. stał się na tyle popularny, że od 2007 r. do promowania kolejnych przygód wykorzystano stronę internetową. Interfejs strony jest intuicyjny, a jej stały element to nagłówek, będący ilustracją przedstawiającą głównego bohatera wraz z tytułem, stylistyką nawiązujący do projektu okładek poszczególnych tomów. Odwiedzający stronę nie ma wątpliwości, jakiego cyklu wydawniczego ona dotyczy. W górnej części strony umieszczono menu nawigacyjne, dzięki któremu można zapoznać się z opisami poszczególnych tomów i głównych bohaterów oraz z krótkimi biograficznymi notkami o twórcach. Wydawnictwo wraz z autorem cyklu Grzegorzem Kasdepke inicjuje za pośrednictwem strony także innego typu kontakty będące elementem spajającym grupę czytelniczą. Są nimi konkursy kierowane do dzieci pierwszych klas szkoły podstawowej, a więc do docelowego odbiorcy oraz do instytucji popularyzujących czytelnictwo, np. bibliotekarze i nauczyciele stali się głównymi adresatami ogólnopolskiego konkursu czytelniczego ogłoszonego 31 marca 2017 r. Jednym z celów konkursu było przygotowanie prac plastycznych przez dzieci z klas 1–3 tematycznie nawiązujących do tomu pod tytułem *Tajemnicze zniknięcie detektywa Pozytywki*. Bibliotekarzom i nauczycielom powierzono zadanie wyboru najbardziej interesujących prac oraz przesłanie ich do wydawnictwa. Nagrody, jakie przewidziano dla laureatów – zarówno dzieci, jak i instytucji – to, oprócz laptopów i tabletów, zestawy książek o wartościach 3 i 5 tys. zł.[30]

Nasza Księgarnia stara się zdobywać klientów i utrzymywać ich zainteresowanie swoją ofertą, reklamując książki przy wykorzystaniu elementów wizualnych, przy czym nie zapomina o najistotniejszej części składowej książki literackiej, a więc

[29] *Detektyw Pozytywka*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.detektywpozytywka.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[30] Ogólnopolski Konkurs Biblioteczny, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.detektywpozytywka.pl/okb.html [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

treści. Ponownie można tutaj posłużyć się przykładem strony o detektywie Pozytywce. Karta „Serie" zawiera krótkie opisy zawartości poszczególnych tomów, niejednokrotnie podporządkowane regułom tekstu perswazyjnego. Wplecione wielokrotnie zdania pytające, powoływanie się na pozytywny odbiór wcześniejszych części cyklu, niedokończone zdania to figury retoryczne mające na celu rozbudzanie ciekawości czytelników, a w efekcie zakup książki. Owe notki są kierowane do dorosłych, przy czym, co warto podkreślić, nie są oni traktowani tylko jako dysponenci środków pozwalających na nabycie towaru-książki. Dorosłych zachęca się do lektury i tym samym do współprzeżywania z dziećmi emocji towarzyszących kontaktowi z książką. Przy tomie *Nowe kłopoty detektywa Pozytywki* autorzy powołują się na ową wspólnotę, pisząc: „Czytelnicy znowu mają szansę kroczyć śladami Pozytywki i razem z nim rozwiązywać nawet najtrudniejsze zagadki, ucząc się przy tym logicznego myślenia, wyciągania właściwych wniosków. Tym razem wspólnie odkryjemy, co ortografia ma wspólnego z dowodami w śledztwie, czy w Turcji pije się kawę po turecku, albo jak należy podlewać kaktusy. Dzięki tej książce wszystkie dzieci (i dorośli też!) mogą chociaż na chwilę zostać detektywami"[31]. Pod prezentacją każdej książki z cyklu umieszczono fragment tekstu, wizualne wyróżniony innym kolorem czcionki niż opis. Czytelnik ma również możliwość zapoznania się z obszerniejszym wyjątkiem w formacie .pdf. Są to zeskanowane wybrane strony danej książki, dzięki czemu odbiorca obcuje z cyfrową kopią drukowanej pozycji (reprintem). Wybór tego rodzaju digitalizacji w przypadku literatury adresowanej do odbiorców dopiero opanowujących sztukę czytania, odbiorców będących w wieku, w którym można jeszcze kształtować gust czytelniczy oraz zainteresowanie książką w różnej formie, wydaje się najodpowiedniejszy. Reprint bowiem najbardziej zbliżony wizualnie do oryginału nie zaciera całkowicie cech dystynktywnych kodeksów: podziału na karty, traktowania strony jako zamkniętej całości ze swoimi podstawowymi częściami strukturalnymi, jak obszar zadrukowany (tekst plus ilustracja), światło. Tym samym dziecka jako odbiorcę strony pod tytułem „Detektyw Pozytywka" nie rozpraszają elementy dodane do pierwotnego tekstu literackiego, np. animacje, hipertekst. Tekst nie zmienia się w wypowiedź hipermedialną, w recepcji której kanoniczna forma zostałaby zepchnięta na margines. Konstrukcja całej strony charakteryzuje się eksponowaniem książki drukowanej i to nie tylko jako towaru. Mimo prymarnej – reklamowej – funkcji może być ona uznana za narzędzie współtworzące wspólnotę czytających, wspomagające kontakty między odbiorcą docelowym, pośrednikami (indywidualnym, instytucjonalnym) a nadawcą (instytucjonalnym, indywidualnym, czyli pisarzem). Śladem zachodzących interakcji są nie tylko ogłaszane wyniki kon-

[31] *W serii*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.detektywpozytywka.pl/w_serii.html [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

kursów, ale także zamieszczane recenzje. Nie pojawiają się one jednak na stronie o Pozytywce, ale na głównej stronie wydawnictwa pozwalającej na zakup konkretnej pozycji. Liczba zamieszczanych recenzji, biorąc pod uwagę chociażby aktywność Grzegorza Kasdepkego, m.in. jego częste wizyty w bibliotekach, czy liczbę nagród, jakie przyznano cyklowi, nie jest duża. Łącznie to 4 recenzje (*Detektyw Pozytywka* = 0, *Nowe kłopoty detektywa Pozytywki* = 0, *Pamiątki detektywa Pozytywki* = 1, *Wielka księga detektywa Pozytywki* = 0, *Wakacje detektywa Pozytywki* = 0, *Tajemnicze zniknięcie detektywa Pozytywki* = 2, *Wielki powrót detektywa Pozytywki* = 1)[32], ale wydawnictwo, dbając o aktualizację treści na stronach, zamieszcza tylko aktualne wypowiedzi, najczęściej powstające niedługo po ukazaniu się nowego tomu przygód lub po przygotowaniu nowego wydania. Autorami recenzji, czym też można tłumaczyć miejsce ich publikowania na stronie wydawcy, są blogerzy, właściwie blogerki, przedstawiające się jako miłośniczki książek, mamy dbające o właściwą lektury dla swoich dzieci, wyrażające też chęć do współpracy z wydawnictwami[33].

W porównaniu ze stroną „Detektyw Pozytywka" strony poświęcone innym tytułom adresowanym do starszego czytelnika, jak np. książce *Whisper. Nawiedzony dom* Isabel Abedi, jawią się już jako multimedialne projekty. Użyta do reklamowania książki Abedi animacja, dźwięk w połączeniu z dopracowaną grafiką trafnie oddają klimat powieści kwalifikowanej do horroru z elementami przygodowo-sensacyjnymi. I w tym przypadku czytelnik także ma okazję zapoznać się z fragmentami tekstu, które umiejętnie wkomponowano w animacyjną grafikę strony[34].

Zamykające pierwszą dwudziestkę rankingu wydawnictwo Czarna Owca na rynku książki adresowanej do młodego odbiorcy wywołało burzliwe dyskusje, publikując kontrowersyjne książki poruszające problematykę seksu i fizjologii[35]. Główna strona wydawnictwa nie wyróżnia się na tle stron innych oficyn[36]. Jest standardowa, a sposoby reklamowania publikacji adresowanych do młodych czytelników nie odbiegają formą od prezentacji oferty dla czytelników dorosłych.

---

[32] Dane z października 2018 r.

[33] Można tu wymienić Dominikę Lawicką, autorkę blogu: *Matka Polka czytająca*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://matkapolkaczytajaca.blox.pl/html czy Iwonę Czyżykowską, tworzącą blog: *Czytając o książkach, kulturze i sztukach różnych*, [online]. Dostępny w World Wide Web: www.czytajac.pl.

[34] *Whisper. Nawiedzony dom*, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.whisper.nk.com.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[35] Zob. M. Nadolna-Tłuczykont, *Tabu w literaturze dla młodego czytelnika*, [w:] *Literatura dla dzieci i młodzieży*, t. 5, red. K. Tałuć, Katowice 2017, s. 75–95.

[36] Wydawnictwo Czarna Owca, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.czarnaowca.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Film jako narzędzie prezentacji tekstu literackiego

Większość z wymienionych w tekście wydawnictw wykorzystuje wszystkie najpopularniejsze narzędzia internetowe pozwalające na kontakt z potencjalnymi czytelnikami swoich publikacji, czyli strony, pocztę elektroniczną, newsletter, konta w serwisach społecznościowych, jak Facebook, Twitter, Instagram, kanały w serwisie YouTube. W niniejszym opracowaniu wybrano do analizy jeden element – stronę internetową, koncentrując się na obecności w jej strukturze tekstu literackiego. Tekst na stronie jest prezentowany we fragmentach i najczęściej bez ingerencji, nawet na stronach specjalnie dedykowanych konkretnym tytułom. Rzadko zatem wydawnictwa stosują na przykład hiperłącza, co mogłoby skłonić do odmiennej, niż w przypadku tekstu drukowanego, lektury.

Strona jako nadrzędny, złożony gatunek wypowiedzi internetowej zawiera w swojej strukturze różne formy (gatunki proste), np. tekst literacki czy film. Wydawnictwa działające w Polsce coraz częściej sięgają do materiałów audiowizualnych, aby uatrakcyjnić reklamę oferty handlowej i tym samym dotrzeć do jak najszerszej grupy klientów. Biorąc pod uwagę skalę medialnej modyfikacji, jakiej podlega tekst książki-kodeksu, interesującą formą, i tak różną od elektronicznych plików tekstowych, są trailery reklamujące pojedyncze książki konkretnych autorów czy oficyny wydawnicze. Przez sam fakt operowania innym kodem, film dokonuje remediacji książki, zaciera kanoniczną formę, jaką jest kodeks ze wszystkimi jego wyznacznikami. Wszystkie wymienione wydawnictwa zamieszczają na głównej stronie, przy opisach wybranych publikacji filmy, a także prowadzą kanały na YouTubie, przy czym można zauważyć różnice w aktywności oficyn w tym serwisie, co odzwierciedlają między innymi liczby publikowanych filmów i subskrybentów kanałów.

Wydawnictwo Olesiejuk zamieściło tylko 20 filmów (27 subskrypcji), zatem trudno mówić o aktywnym korzystaniu z owego serwisu[37].Ograniczając się tylko do trailerów książkowych, to niektóre, np. reklamujące serię kolorowanek z dołączonymi farbami akrylowymi, cechują się niekonsekwencją w narracji. Narrator bowiem przedstawiający książkę zwraca się zarówno do dorosłego pośrednika, jak i do dziecka, co w połączeniu z mało interesującą prezentacją książki (na białym tle ukazano kolejno okładkę i dwie strony z wnętrza kolorowanki) trwającą 35 sekund daje pod względem artystycznym, ale także mając na uwadze aspekt komercyjny, wątpliwy efekt (241 wyświetleń, 0 komentarzy)[38].

[37] Firma Księgarska Olesiejuk, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/FKJOlesiejuk/featured [dostęp: 01.10.2018].

[38] *Zabawy na wsi* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=60cWrd5f8C0 [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Wśród filmów Grupy Publicat (77 filmów, 134 subskrypcje)[39] można znaleźć reklamujące kolekcję Angry Birds. Filmy te są włączane także w strukturę strony poświęconej tym książeczkom. Obecność nowego typu komunikatu akurat na tej stronie nie zaskakuje, ponieważ pełni ona również funkcję instruktażową. Zeskanowanie kodu QR umieszczonego na wydawanych zeszytach pozwala na obejrzenie filmu animowanego na tablecie lub smartfonie[40]. Inne trailery, rekomendujące książkę dla najmłodszych, np. *Opowieść o błękitnym psie, czyli o rzeczach trudnych dla dzieci* Beaty Majchrzak[41] czy *Kosmiczni odkrywcy. Franio i jego babcia* Grażyny Bąkiewicz[42], to krótkie animacje mające podwójnego adresata, ale do każdego z nich jest skierowana określona partia filmu. Do dorosłego odbiorcy są to kadry przedstawiające plansze informujące o nagrodach, jakie książki te uzyskały, oraz rekomendacjach fundacji ABC XXI. Do dzieci z kolei kierowana jest rysunkowa animacja zbudowana z prostych sekwencji, którym towarzyszy melodia i dźwięki imitujące na przykład szczekanie psa czy odgłosy silnika pojazdu. Osobne kanały na YouTube mają także Papilon (5 filmów)[43], Wydawnictwo Dolnośląskie (4 filmy)[44], Książnica (3 filmy)[45], przy czym nie są one aktualizowane. Prezentacje te można obejrzeć także na kanale Publicat.

Inne wydawnictwa na YouTube zamieściły zbliżoną liczbę filmów do liczby prezentacji oficyn wyżej wymienionych. Wilga: 50 (170 subskrypcji)[46], AMEET: 51 (240 subskrypcji)[47], Czarna Owca: 61 filmów (223 subskrypcje)[48]. Większą aktyw-

[39] Publicat S.A. Grupa Wydawnicza [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/PublicatSAGrupa [dostęp: 01.10.2018].

[40] *AngryBirds. Kolekcja ptasich opowieści* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: http://papilon.pl/AngryBirds/opowiesci/ [dostęp: 01.10.2018].

[41] *Opowieść o błękitnym psie* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=8srSHUHkCEQ [dostęp: 01.10.2018].

[42] *Kosmiczni odkrywcy. Franio i jego babcia* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=7uxR4C22wIc [dostęp: 01.10.2018].

[43] Papilon [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCmy48Ssz4hB15xwCrLLtvLQ/featured [dostęp: 01.10.2018].

[44] Wydawnictwo Dolnośląskie, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCCkaphl2yg9Ol5BHqGpdltA [dostęp: 01.10.2018].

[45] Książnica, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCO1GQ7pRvQPYAP_L91QX60w [dostęp: 01.10.2018].

[46] Wydawnictwo Wilga, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCoNiEEkrcWF1Cv_WjfaiAtQ [dostęp: 01.10.2018].

[47] Wydawnictwa AMEET, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCiZBn_H9W1-510Bgw1nRjww [dostęp: 01.10.2018]. Wydawnictwo AMEET uruchomiło także kanał Disney. Przygoda z czytaniem, na którym zamieszczono 11 filmów. Są one także dostępne na podstronie poświęconej serii „Disney Uczy".

[48] Wydawnictwo Czarna Owca, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCFf_cNqVvdHGuJKIBTgluyw [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

nością wykazały się: Nasza Księgarnia – 229 filmów (499 subskrypcji)[49], Prószyński i Media – 219 filmów (263 subskrypcje)[50]. Na swoich kanałach wydawnictwa zamieszczają klasyczne trailery własnej produkcji lub zagraniczne, niektóre zmodyfikowane w wersji polskojęzycznej oraz relacje z targów, wywiady z pisarzami, filmiki prywatnych osób zachwalających dany tytuł. W sposobie prezentowania publikacji trailery polskich wydawnictw są bardzo do siebie podobne. W większości są to realizacje statyczne, niewykorzystujące możliwości, jakie daje język filmu, a także specjalistyczne oprogramowanie komputerowe. Niektóre, np. Naszej Księgarni, dotyczące *Małego atlasu ptaków* Ewy i Pawła Pawlaków[51] czy książki *Jak dzieci zmieniają świat* Katarzyny Sowuli[52], przypominają amatorskie filmiki kręcone telefonami komórkowymi. Nic zatem dziwnego, że nie wzbudzają zainteresowania odbiorców, co ilustrują niskie liczby wyświetleń i brak komentarzy. O wiele atrakcyjniej od strony technicznej, jak również samego pomysłu na scenariusz przedstawiają się trailery wyprodukowane w kooperacji z podmiotem specjalizującym się w tworzeniu filmów. Przykładem są filmy reklamujące cykl „Emi i Tajny Klub Superdziewczyn" przygotowane przez studentów Wydziału Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego[53]. W trailerze trwającym niecałe półtorej minuty występują dziecięcy bohaterowie, co nie tylko wskazuje na tematykę reklamowanych książek, ale także sugeruje potencjalnego odbiorcę. Pomysłodawcy sprawnie operują motywem szkoły, który jest obecny także w książkach Małgorzaty Mielech i jednocześnie motywem onirycznym, skłaniającym do zastanowienia się nad tym, czy scena przedstawiająca próbę odczytania zaszyfrowanej wiadomości ilustruje realną przygodę, czy to efekt wyobraźni dziewczynki czytającej przed snem książkę o przygodach Emi. W filmie pojawiają się elementy, które nienachalnie, ale jednoznacznie wskazują na reklamowaną książkę, np. karteczka z nazwiskiem autorki podawana sekretnie w czasie lekcji; jeden z tomów cyklu wertuje uczennica podczas przerwy lekcyjnej; książka z widoczną tytulaturą jest odkładana na nocny stolik. Trailery zagranicznych produkcji dotyczące książek, sygnowane przez wydawnictwa wprowadzające je na rynek, często przypominają filmy reklamujące produkcje kinowe – są dobrze zrealizowane i interesujące, np. filmy o powieściach z trylogii o pani Peregrine

[49] Wydawnictwo Nasza Księgarnia, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/naszaksiegarnia [dostęp: 01.10.2018].

[50] Prószyński i S-ka. Prostube, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/prostube [dostęp: 01.10.2018].

[51] *Mały atlas ptaków Ewy i Pawła Pawlaków* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=KFNCyMNcZ_Y [dostęp: 01.10.2018].

[52] *Jak dzieci zmieniają świat? Katarzyna Sowula* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=2oCMU9C1t7U [dostęp: 01.10.2018].

[53] *Emi i Tajny Klub Superdziewczyn. Booktrailer* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=-C-ZTUjSktI [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Ransoma Riggsa. Trailery te cieszą się dużą oglądalnością i skłaniają do zamieszczania komentarzy[54]. Aby odpowiedzieć na pytanie, czy trailery wpływają i w jakim stopniu na recepcję polskojęzycznych książek, należałoby dokonać wnikliwej analizy ilościowej i jakościowej komentarzy dotyczących filmowych zwiastunów książek obecnych także w innych mediach społecznościowych, jak np. Facebook, co może być przedmiotem kolejnego opracowania.

Podsumowanie

Zasygnalizowane zagadnienia, sytuujące się w polach badawczych wymienionych na początku artykułu wskazują na liczne związki, interakcje różnego typu zachodzące, w uproszczeniu oczywiście, na linii: nadawca, czyli autor, wydawca – komunikat (książka literacka) – odbiorca (czytelnik), relacje istniejące w środowisku cyfrowym, ale przenikające i korelujące z zachowaniami w świecie realnym. Badania dotyczące tej problematyki, zwłaszcza tworzenia w sieci czytających wspólnot, wymagają syntetycznego ujęcia, uwzględniającego wszystkie formy komunikowania, z jakich korzystają internauci, ponieważ tylko takie podejście pozwoli na wnikliwą diagnozę współczesnego obrazu kultury książki adresowanej do młodego odbiorcy.

Bibliografia

AMEET, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ameet.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Angry Birds, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://papilon.pl/AngryBirds/ [dostęp: 01.10. 2018].

Angry Birds. Kolekcja ptasich opowieści [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: http://papilon.pl/AngryBirds/opowiesci/ [dostęp: 01.10.2018].

Czyżykowska I., *Czytając o książkach, kulturze i sztukach różnych* [blog], [online]. Dostępny w World Wide Web: www.czytajac.pl [dostęp: 01.10.2018].

Detektyw Pozytywka, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.detektywpozytywka.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

[54] Film zapowiadający tom pt. *Osobliwy dom pani Peregrine* w wersji angielskojęzycznej, zamieszczony na kanale Wydawnictwa Quirk Books, zyskał 780 komentarzy. Zob. *Miss Peregrine's Home for Peculiar Children* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=XWrNyVhSJUU [dostęp: 01.10.2018]. Pod spolszczoną wersją tego samego filmu wyemitowanego na kanale Wydawnictwa Media Rodziny zamieszczono 27 komentarzy. Zob. *Osobliwy dom pani Peregrine– zwiastun książki* [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=mn8-WRs6IKA [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Detektywi na kółkach, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.detektywi-na-kolkach.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Disney Uczy, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ameet.pl/seria-disney-uczy/ [dostęp: 01.10.2018].

Dymmel A., *Czytelnictwo, czytanie i e-czytanie w epoce. Rekonesans badawczy*, [w:] *Czytelnicy – zasoby informacji i wiedzy. Tradycja i przemiany w czasach kultury cyfrowej*, red. A. Dymmel, S.D. Kotuła, Lublin 2017.

Emi i Tajny Klub Superdziewczyn, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://emisuperdziewczyna.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Emi i Tajny Klub Superdziewczyn. Bootrailer [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=-C-ZTUjSktI [dostęp: 01.10. 2018].

Firma Księgarska Olesiejuk, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/FKJOlesiejuk/featured [dostęp: 01.10.2018].

Firma Księgarska Olesiejuk. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.wydawnictwoolesiejuk.pl/ [dostęp: 01.10. 2018].

Foksal. Grupa Wydawnicza, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.gwfoksal.pl/ [dostęp: 01.10. 2018].

Gołębiewski Ł., Waszczyk P., *Rynek książki w Polsce 2016*, Warszawa 2017.

Góralska M., *Książka w pajęczynie cyfrowej informacji: o wybranych mechanizmach łączenia tekstów w środowisku sieciowym i ich znaczeniu*, [w:] *Biblioteka w komórce? Przyszłość usług bibliotecznych*, red. M. Wrocławska, J. Jerzyk-Wojtecka, Łódź 2013.

Has-Tokarz A., *Biblioteki internetowe i kolekcje cyfrowe dla dzieci jako narzędzie edukacji informacyjnej (wybrane projekty światowe, europejskie i krajowe)*, [w:] *Biblioteka, książka, informacja, Internet 2014*, red. S.D. Kotuła, R. Malesa, Z. Osiński, Lublin 2015.

Jak dzieci zmieniają świat? Katarzyna Sowula [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=2oCMU9C1t7U [dostęp: 01.10.2018].

Janusiewicz M., *Literatura doby Internetu. Interaktywność i multimedialność tekstu*, Kraków 2013.

Kosmiczni odkrywcy. Franio i jego babcia [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=7uxR4C22wIc [dostęp: 01.10.2018].

Książnica, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/ksiaznica [dostęp: 01.10.2018].

Książnica, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCO1GQ7pRvQPYAP_L91QX60w [dostęp: 01.10.2018].

Lawicka D., *Matka Polka czytająca* [blog], [online]. Dostępny w World Wide Web:http://matkapolkaczytajaca.blox.pl/html [dostęp: 01.10.2018].

Liberatura, e-literatura i... Remiksy, remediacje, redefinicje, red. M. Górska-Olesińska, Opole 2012.

Literatura – nowe media. Homo irretitus w kulturze literackiej XX i XXI wieku, red. B. Bodzioch-Bryła, G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, Częstochowa 2014.

Mały atlas ptaków Ewy i Pawła Pawlaków [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=KFNCyMNcZ_Y [dostęp: 01.10.2018].

Martynka, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.martynka.com.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Maryl M., *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*, Warszawa 2015.
Mazurek G., *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu*, Kraków 2008.
Miss Peregrine's Home for Peculiar Children [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=XWrNyVhSJUU [dostęp: 01.10.2018].
Nadolna-Tłuczykont M., *Tabu w literaturze dla młodego czytelnika*, [w:]*Literatura dla dzieci i młodzieży*, t. 5, red. K. Tałuć, Katowice 2017, s. 75–95.
Od liberatury do e-literatury, red. E. Wilk, M. Górska-Olesińska, Opole 2011.
Opowieść o błękitnym psie [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=8srSHUHkCEQ [dostęp: 01.10.2018].
Osobliwy dom pani Peregrine – zwiastun książki [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=mn8-WRs6IKA [dostęp: 01.10.2018].
Papilon, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/papilon [dostęp: 01.10.2018].
Papilon, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCmy48Ssz4hB15xwCrLLtvLQ/featured [dostęp: 01.10. 2018].
Prószyński i S-ka, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.proszynski.pl/ [dostęp: 01.10.2018].
Prószyński i S-ka. Prostube [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/prostube [dostęp: 01.10.2018].
Publicat S.A. Grupa Wydawnicza, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/PublicatSAGrupa [dostęp: 01.10.2018].
Publicat S.A. Grupa Wydawnicza, [główna strona wydawnictwa], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/ [dostęp: 01.10.2018].
Reksio, [strona poświęcona serii książek], [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.reksioprzyjaciel.pl/#/buda [dostęp: 01.10.2018].
Rogers R., *Digital methods*, Boston 2013.
Socha I., *Biblioteki szkół wyższych w społeczeństwie wiedzy. Uwagi wstępne*, [w:] *Biblioteki szkół wyższych w społeczeństwie wiedzy. Uwarunkowania i wybrane zagadnienia*, t. 1. *Konteksty i uwarunkowania*, red. Z. Gębołyś, Katowice 2010, s. 15.
Sudweeks F., Simmoff S.J., *Complementary Explorative Data Analysis. The Reconciliation of Quantitative and Qualitative Principles*, [w:] *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, red. S. Jones, Thousand Oaks 1999.
Tałuć K., *Literatura dla młodego odbiorcy w polskojęzycznych zasobach sieciowych*, [w:] *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*, t. 2, red. K. Heska-Kwaśniewicz, Katowice 2009.
Tytus, Romek, i A'Tomek, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.tytus.pl/ [dostęp: 01.10.2018].
Whisper. Nawiedzony dom, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://www.whisper.nk.com.pl/ [dostęp: 01.10.2018].
Wydawnictwa AMEET, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCiZBn_H9W1-510Bgw1nRjww [dostęp: 01.10.2018].
Wydawnictwo Czarna Owca, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.czarnaowca.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 21/11/2026 00:26:38

Wydawnictwo Czarna Owca, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCFf_cNqVvdHGuJKIBTgluyw [dostęp: 01.10.2018].

Wydawnictwo Dolnośląskie, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCCkaphl2yg9Ol5BHqGpdltA [dostęp: 01.10.2018].

Wydawnictwo Dolnośląskie, [online]. Dostępny w World Wide Web: https://publicat.pl/wydawnictwo-dolnoslaskie[dostęp: 01.10.2018].

Wydawnictwo Nasza Księgarnia, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/user/naszaksiegarnia [dostęp: 01.10.2018].

Wydawnictwo Wilga, [kanał w serwisie YouTube], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/channel/UCoNiEEkrcWF1Cv_WjfaiAtQ [dostęp: 01.10.2018].

Zabawy na wsi [film], [online]. Dostępny w World Wide Web: https://www.youtube.com/watch?v=60cWrd5f8C0 [dostęp: 01.10.2018].

Zabookowani, [online]. Dostępny w World Wide Web: http://zabookowani.pl/ [dostęp: 01.10.2018].

Zając M., *Książka dziecięca – w stronę konwergencji mediów*, [w:] *Biblioteka, książka, informacja i Internet 2010*, red. Z. Osiński, Lublin 2010.