

# **„CZASOPISMO KULTURALNE – KTO TO CZYTA?”**

**Zapis spotkania z 13 grudnia 2007 r.**

**Wydział Dziennikarstwa UW  
w ramach IV edycji Festiwalu  
Kultura Polskich Czasopism  
(wybrane fragmenty)**

## Anna Hebda:

Podczas dzisiejszego spotkania zaprezentujemy wstępne wyniki badania *Czytelnictwo czasopism kulturalnych wśród studentów*, wzbogacone komentarzem medioznawczym. Chcielibyśmy poznać także państwa zdanie, prezentującą inną perspektywę, dlatego liczymy, że dyskusja będzie trójgłosem: studentów, redaktorów i medioznawców.

Na początek słowo wyjaśnienia: po co to wszystko? Po co to badanie? Otóż w naukach społecznych akceptowalnym uzasadnieniem problematyki badawczej jest po prostu ciekawość. I tak było w tym przypadku. Chcieliśmy się dowiedzieć, czy studenci w ogóle czytają czasopisma kulturalne. Ale pytanie, czy czytają, było jedynie punktem wyjścia przy konstruowaniu ankiety, a także zapowiedzią dzisiejszych rozważań. Poszukiwana była bardziej kompleksowa odpowiedź na takie pytania, jak:

1. Jeżeli studenci nie czytają, to dlaczego?
2. A jeżeli czytają, to jak?
3. Czym się interesują, czego poszukują w czasopismach?
4. Jak oceniają ich przenoszenie się do Internetu?
5. Jak oceniają Internet – jako szansę czy zagrożenie?

Interesowało nas też, w jaki sposób definiują czasopismo kulturalne. W ankiecie nie podaliśmy definicji czasopisma kulturalnego; jedynie pośrednio o taką definicję pytaliśmy. Wiele osób się nad nią zastanawiało, w jednej z ankiet to pytanie zostało wręcz brutalnie zadane przez studenta: „Co to k... jest czasopismo kulturalne”?

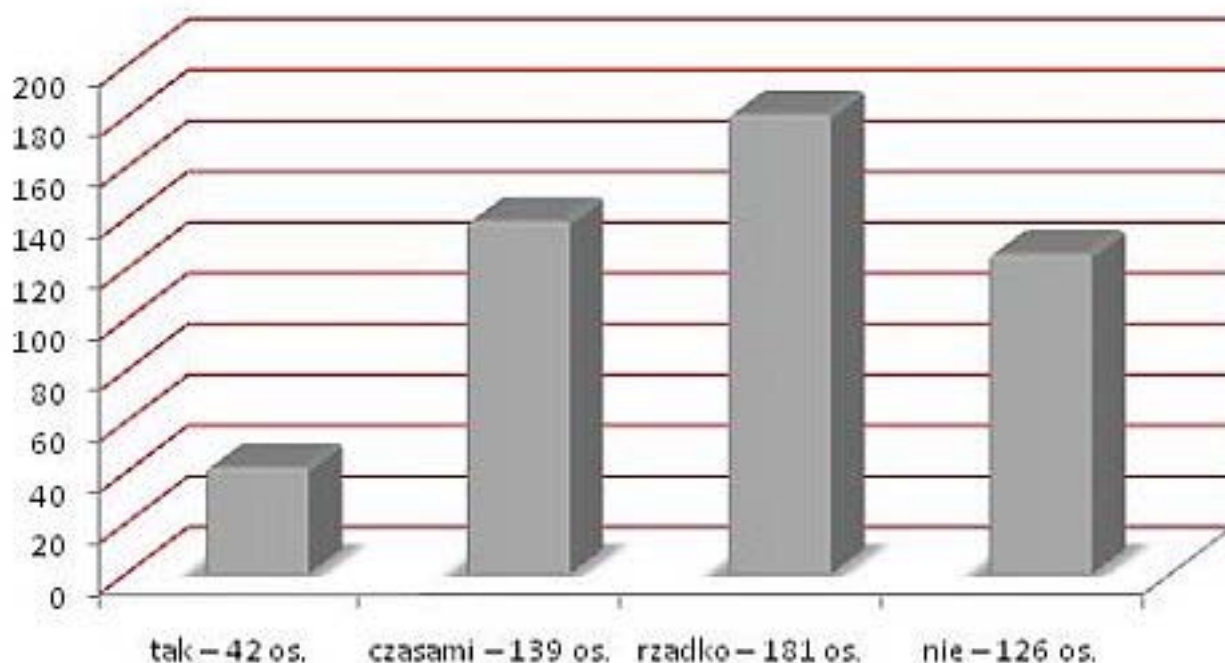
Nie zamierzamy generalizować wyników na całą populację. Chodzi nam przede wszystkim o postawienie pewnej diagnozy, a jednocześnie dalszych pytań. Okazało się bowiem, że uzyskując odpowiedzi na pewne pytania, trzeba było stawiać kolejne.

Dzisiejsze spotkanie nie ma na celu przedstawienia dokładnych wyników i szczegółowej analizy danych, bo to wszystko znajdzie się w broszurze, którą chcemy wydać w połowie 2008 roku. Celem dzisiejszego spotkania jest przedstawienie najistotniejszych wątków tego badania i postawienie pytań, sformułowanie zagadnień do dyskusji.

Kogo pytaliśmy? Studentów uczelni warszawskich i kierunków humanistycznych, z różnych kierunków i różnych lat. Tu kryje się pewne założenie, które, być może, będziemy mieli okazję w przyszłości zweryfikować, a chciałabym je nawet sfalsyfikować, że jedynie studenci kierunków humanistycznych są zainteresowani tematyką poruszaną w czasopismach kulturalnych. Ankieta została wypełniona przez ponad 560 osób. 74 ankiety były nieważne ze względów formalnych, nie zostały do końca wypełnione. Ostateczna baza to 488 ankiet, wypełnionych przez studentów różnych lat socjologii, psychologii, kulturoznawstwa, etnologii, dziennikarstwa, filozofii, filologii, polonistyki, także „dwukierunkowców”.

Ankieterzy i wolontariusze sami musieli znaleźć respondentów, to znaczy musieli dotrzeć do osób, które będą chciały odpowiedzieć na nasze pytania. W związku z tym kolejne cechy badanych osób nie zależały już od nas, autorów ankiety. W 70% badanymi były kobiety, co prawdopodobnie wiąże się z tym, że na kierunkach humanistycznych studiuje więcej kobiet.

Rys. 1  
Czy czytasz czasopisma kulturalne?



O co pytaliśmy? Pytaliśmy, jak już wspomniałam, nie wprost o to, czym jest czasopismo kulturalne. Czy studenci czytają czasopisma kulturalne? Jakie znają tytuły? Co jest dla nich w czasopiśmie ważne? A także – co sądzą o przenoszeniu się czasopism do Internetu?

Odpowiedź na zasadnicze pytanie, czy studenci czytają czasopisma (Rys. 1), wskazuje, że 37% czyta „tak, często” i „tak, czasami”, natomiast drugie 37% czyta „rzadko”. Odpowiedź „rzadko” interpretujemy mimo wszystko pozytywnie, a ponieważ nie uszczegółowiliśmy tej częstotliwości, trudno powiedzieć, jak ta „rzadkość” jest rzadka. Istotne jest raczej to, że studenci w ogóle czytają. Częściej bądź rzadziej, raczej rzadziej jednak czytają. Łącznie to jest 74% naszych badanych. Zapytajmy więc, dlaczego nie czytają wcale? Nieczytających jest 26%. Pierwszym i najczęściej wymienianym powodem był brak czasu. Pojawia się w związku z tym pytanie – skoro wskazuje się jako przyczynę brak czasu, to może czasopismo kulturalne jest tego rodzaju medium, które wymaga większego skupienia i większego nakładu czasu w ogóle? Drugim powodem był brak zainteresowania, co pozostawiam bez komentarza, bo jest to dosyć oczywiste.

Ciekawe było dla nas wskazanie następującego powodu: „odnajduję informację o kulturze w innych mediach: w dziennikach, w dodatkach do prasy codziennej, w tygodnikach społeczno-politycznych, w radiu, w telewizji, w Internecie”. Pojawia się zatem pytanie, które powróci za chwilę, czy czasopismo kulturalne ma jakieś swoje wyjątkowe cechy? Czy wyróżnia się czymś wśród innych czasopism? Czy daje coś, czego te inne media, inna czasopisma nie dają? Czwartym powodem, który był wskazywany, a o którym pewnie każdy z tu obecnych pomyślał, jest wysoka cena. Potwierdziło się to przy osobnym pytaniu, skierowanym do osób deklarujących, że czytają czasopisma: jak postrzegają ceny czasopism kulturalnych w Polsce? Zdecydowana większość oceniła je jako zbyt wysokie.

1. „Film”
2. „Lampa”
3. „Aktivist”
4. „Machina”
5. „Dialog”
6. „Literatura na Świecie”
7. „Kino”
8. „WIK”
9. „Konteksty”
10. „Przekrój”
11. „ARTeon”
12. „{op.cit.,}”
13. „Wysokie Obcasy”
14. „Polityka”
15. „Zeszyty Literackie”

Rys. 2

„Finałowa piętnastka” czasopism

Teraz oddam głos Oli Kędziorek, która przedstawi listę najczęściej wskazywanych tytułów, a także opowie o definicji czasopisma kulturalnego.

### Aleksandra Kędziorek:

Wiemy już, że część studentów mimo wszystko czyta czasopisma kulturalne i, co nas mile zaskoczyło, potrafi wymienić różnych tytułów prawie 180. Przy czym część tytułów nie podlega naszej definicji. Doskonale to widać w pierwszej piętnastce, którą tworzą czasopisma wskazywane najczęściej (Rys. 2).

Wprawdzie pojawiają się tu tygodniki społeczno-polityczne, które posiadają wyodrębnione działy kulturalne, takie jak „Polityka” czy „Przekrój”; natomiast wedle naszej definicji (przyjmujemy, że czasopisma kulturalne to pisma w jakiś sposób opiniotwórcze, przedstawiające szersze i pogłębione omówienia, dłuższe recenzje) nie kwalifikują się one do tej grupy. Co ciekawe, wskazywane były również czasopisma związane ze sportem czy z nauką gry na instrumencie, co z pewnością wiąże się z przyjmowaną przez studentów definicją kultury. Należałoby się w tym miejscu zastanowić, jaka jest definicja czasopisma kulturalnego, w jaki sposób należy te czasopisma wydzielić, bo-

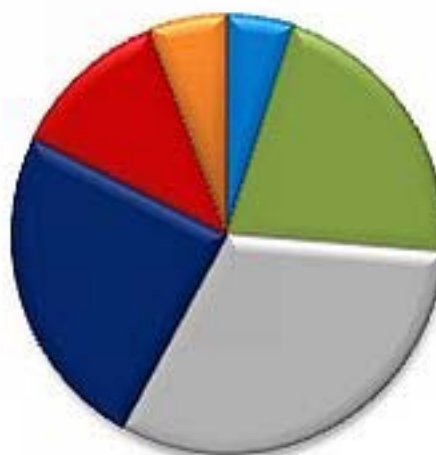
wiem nasze badanie wskazuje, że w świadomości studentów nie jest to zwarta grupa czasopism; studentom z czasopismem kulturalnym kojarzą się bardzo różne tytuły, niekoniecznie takie, jakie sami byśmy wskazali. Chciałabym zwrócić uwagę na pierwsze trzy czasopisma, czyli „Film”, „Lampę” i „Aktivist”. Te tytuły pojawiały się najczęściej i były wskazywane na wszystkich kierunkach, na których ankieta została przeprowadzona. To, że tak często były wymieniane, wiąże się z zainteresowaniami czytelników; potwierdziły to dalsze pytania i odpowiedzi naszej ankiety, pokazujące, że do głównych zainteresowań studentów (najwięcej osób to deklarowało) należą właśnie film, kultura popularna i częściowo muzyka. Ilustrują to także tytuły wymienianych czasopism.

### Anna Hebda:

Przejdźmy teraz do wykresów (Rys. 3-11). Proszę zwrócić uwagę na zielone i szare części. Każdy wykres przedstawia rozkład odpowiedzi na pytanie: czy interesujesz się poezją, prozą, teatrem, sztukami wizualnymi itd. Zielona część to odpowiedź TAK, szara część to odpowiedź RACZEJ TAK. Sumując te dwie odpowiedzi, które świadczą o zainteresowaniu daną dziedziną, rzeczywiście, tak jak Ola powiedziała, 90% tych osób, które czytają czasopisma kulturalne, interesuje się kinem, a 80% – muzyką. Dalej jest kultura popularna, historia i społeczeństwo, sztuki wizualne. Postawmy pytanie, czy te tematy pojawiają się też w wysokonakładowych czasopismach, dlatego że studenci i nie tylko oni najbardziej się nimi interesują, czy właśnie jest na odwrót – tematy te są łatwo i powszechnie dostępne i dlatego ludzie szczególnie się nimi interesują albo deklarują zainteresowanie?

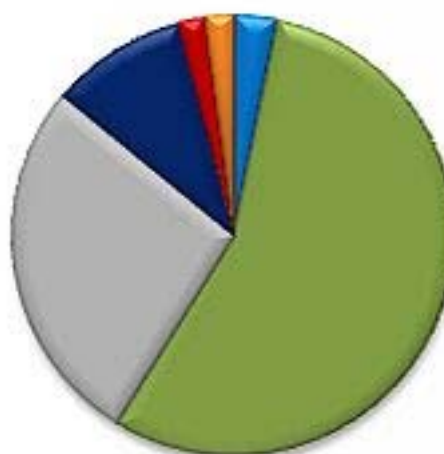
Czego poszukują studenci w czasopismach kulturalnych (Rys. 12 na str. 10)? Najwięcej osób wskazało na informacje i ciekawostki. Czerwone liczby ilustrują odpowiedź: „tak, tego poszukuję”, niebieskie: „nie, nie poszukuję”. Powraca zadane wcześniej pytanie, czy czasopismo ma jakąś specjalną rolę do odegrania, ma jakieś swoje funkcje, czy czymś się wyróżnia? Bo jeżeli szukamy informacji i ciekawostek, to znaleźć je możemy wszędzie, nie potrzebujemy do tego prasy kulturalnej. Czy czasopismo ma jakieś inne cele i jakie? Co jest ważne w czasopiśmie? Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami najważniejszy jest temat tekstu, najmniej ważne jest przyzwyczajenie do tytułu:

Rys. 3  
Czy interesujesz się teatrem?



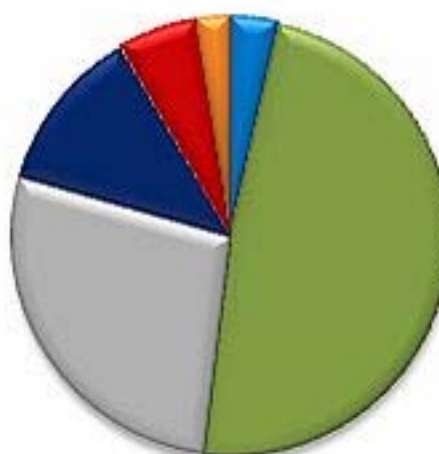
- 1. brak odpowiedzi – 5%
- 2. tak – 21%
- 3. raczej tak – 32%
- 4. trudno powiedzieć – 24%
- 5. raczej nie – 12%
- 6. nie – 6%

Rys. 4  
Czy interesujesz się kinem?



- 1. brak odpowiedzi – 3%
- 2. tak – 56%
- 3. raczej tak – 27%
- 4. trudno powiedzieć – 10%
- 5. raczej nie – 2%
- 6. nie – 2%

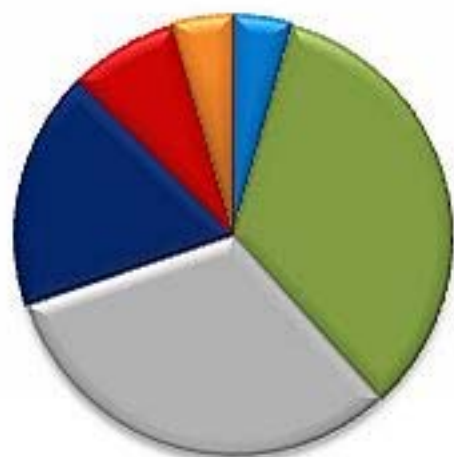
Rys. 5  
Czy interesujesz się muzyką?



- 1. brak odpowiedzi – 4%
- 2. tak – 48%
- 3. raczej tak – 28%
- 4. trudno powiedzieć – 12%
- 5. raczej nie – 6%
- 6. nie – 2%

Rys. 6

Czy interesujesz się prozą?



- 1. brak odpowiedzi – 4%
- 2. tak – 34%
- 3. raczej tak – 31,5%
- 4. trudno powiedzieć – 18%
- 5. raczej nie – 8%
- 6. nie – 4,5%

Rys. 7

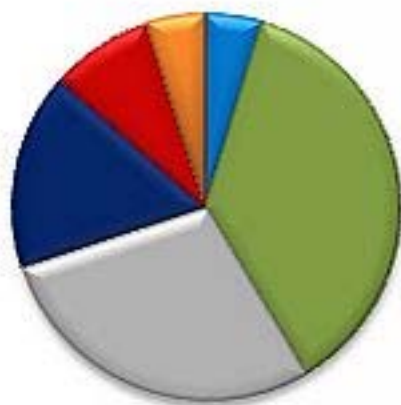
Czy interesujesz się poezją?



- 1. brak odpowiedzi – 5%
- 2. tak – 15,5%
- 3. raczej tak – 21%
- 4. trudno powiedzieć – 28%
- 5. raczej nie – 19,5%
- 6. nie – 11%

Rys. 8

Czy interesujesz się kulturą popularną?



- 1. brak odpowiedzi – 5%
- 2. tak – 37%
- 3. raczej tak – 28%
- 4. trudno powiedzieć – 16,5%
- 5. raczej nie – 8,5%
- 6. nie – 5%

1. Temat tekstu
2. Rodzaj tekstów
3. Autorzy
4. Szata graficzna
5. Przyzwyczajenie

Opracowując wyniki, zastanawialiśmy się też nad kwestią przyzwyczajenia do tytułu. Czy jest to jeszcze możliwe? Czy dzisiaj, mając taką dostępność tytułów na rynku, czytelnik może się przyzwyczaić do wybranego tytułu? Warto byłoby usłyszeć głos ze strony redaktorów czasopism kulturalnych, co redakcje robią, żeby czytelnika przyzwyczaić do tytułu?

A teraz kwestia Internetu. W związku z nią pojawiła się niespójność; na początku ankiety stawialiśmy pytanie, czy czytasz czasopisma kulturalne w Internecie. 49 osób odpowiedziało „tak”, 205 osób, że „nie, nie czytam”. Natomiast na kolejne pytanie, dlaczego czytasz czasopisma kulturalne w Internecie, odpowiedziało znacznie ponad 200 osób. Jak widać, brak jest spójności między odpowiedziami udzielonymi na obydwa pytania. Jeśli chodzi o kwestię oceny tendencji przenoszenia się czasopism do Internetu, to padały odpowiedzi, że jest to dobry pomysł, ale przede wszystkim, że jest to szansa, żeby nie stracić czytelnika i że daje to możliwość obniżenia kosztów. A studenci czytają w Internecie dlatego, że nie trzeba za to płacić i że Internet ułatwia dostęp do wielu tytułów. I tu także pojawiają się dodatkowe pytania. Czy każde czasopismo musi mieć swoją stronę w Internecie? Czy powinno zamieszczać tam artykuły? Czy teksty, które pojawiają się w wersji papierowej, powinny być jednocześnie za darmo dostępne w Internecie?

Jakie przyjęliśmy perspektywy badawcze? Nasze badanie było „minibadaniem” ze względu na ograniczenia finansowo-organizacyjne. W miarę możliwości można by to badanie rozszerzyć, zarówno w perspektywie geograficznej (z pewnością są ciekawe różnice między poszczególnymi miastami akademickimi, jeśli chodzi o dostępność tytułów albo o ich popularność), jak i w perspektywie badawczej. Można by połączyć badania jakościowe z ilościowymi, ponieważ wówczas moglibyśmy zebrać bardziej szczegółowe informacje. Zabrakło nam kontaktu z badanym studentem, zabrakło możliwości dopytania, dlaczego respondent odpowiedział w ten, a nie w inny sposób.

Zapraszamy do dyskusji. Wybraлиśmy kilka wątków, które chcielibyśmy rozwinąć, koncentrują się one wokół następujących pytań:

1. Co to jest czasopismo kulturalne?
2. Czy łatwiej dostępne jest bardziej popularne?
3. Jaka jest rola czasopisma kulturalnego?
4. Jakie jest jego miejsce na rynku?
5. Czy można przywiązać się do tytułu?
6. Czy przestrzeń Internetu odbiera urok obcowania z kulturą? 30% naszych badanych stwierdziło, że tak. Pytanie, jakie szanse, a jakie zagrożenia dla czasopism kulturalnych stwarza Internet, pozostaje wciąż otwarte.

O głos poproszę teraz doktora Grzegorza Kapuścińskiego.

Rys. 9

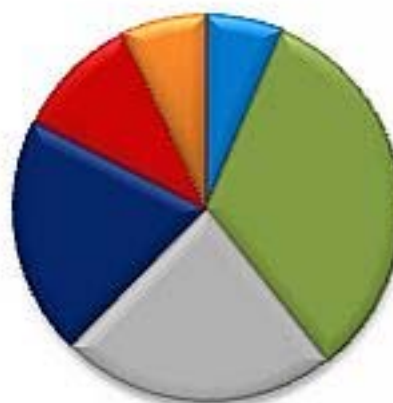
### Czy interesujesz się architekturą?



- 1. brak odpowiedzi – 7%
- 2. tak – 18%
- 3. raczej tak – 17%
- 4. trudno powiedzieć – 18%
- 5. raczej nie – 22%
- 6. nie – 18%

Rys. 10

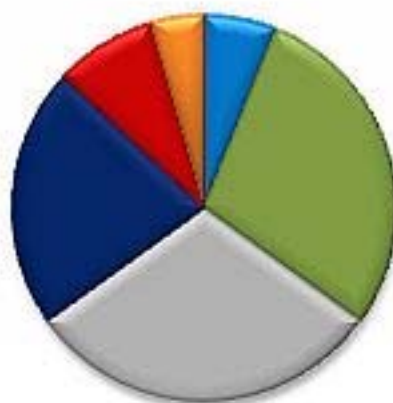
### Czy interesujesz się sztukami wizualnymi?



- 1. brak odpowiedzi – 6%
- 2. tak – 33%
- 3. raczej tak – 23%
- 4. trudno powiedzieć – 20%
- 5. raczej nie – 11%
- 6. nie – 7%

Rys. 11

### Czy interesujesz się historią i społeczeństwem?



- 1. brak odpowiedzi – 6%
- 2. tak – 29%
- 3. raczej tak – 30%
- 4. trudno powiedzieć – 22%
- 5. raczej nie – 8,5%
- 6. nie – 4,5%

## Grzegorz Kapuściński:

Dziękuję za zaproszenie do dyskusji, a także państwu za przybycie. Prawdę mówiąc, stoi przede mną zadanie dość karkołomne, ponieważ, jak się zorientowałem, powinienem rzucić tu nieco światła interpretacji. Otóż – stety czy niestety – ta moja krótka wypowiedź będzie sponsorowana przez znak zapytania. W tym, co pani Anna Hebda mówiła, pojawiło się wiele pytań, wiele znaków zapytania. To, co chciałbym zrobić, to tych znaków przymnożyć.

Zacząć jednak wypadaloby od tego, żeby pobłogosławić te badania szczyptą teorii. Wydaje się, że wpisują się one w podejście użytkownika i korzyści w odniesieniu do mediów. Otóż nie patrzmy na owe media, w tym przypadku czasopisma kulturalne, jako na jakąś sferę manipulacji, patrzmy nieco bardziej trzeźwo, patrzmy z punktu widzenia odbiorcy. Odbiorca użytkuje pisma, użytkuje media, spodziewając się jakichś korzyści. Odnosząc się do tego badania, powinniśmy zapytać, jakich korzyści studenci się spodziewają, użytkując pisma kulturalne? I przedstawione odpowiedzi są momentami dość zdumiewające. O co chodzi w pojęciu użytkownika i korzyści? Otóż odbiorcy, będący jednostkami zbiorowości – jak studenci, użytkując media w oczekiwaniu na korzyści, takie jak rozrywka, ciekawostki, ale też interpretacja, wiedza teoretyczna, są kimś aktywnym. W tym wypadku media są narzędziem – a więc i pisma kulturalne są narzędziem – by osiągnąć te korzyści. I co więcej, media są źródłem zaspokojenia owych potrzeb. Musimy sobie w związku z tym zadać pytanie – skoro czytających „często” jest 181 osób, a „rzadko, czasami” 180, a więc relatywnie nie najwięcej – czy studenci w ogóle nie mają potrzeb (w odniesieniu do czasopism kulturalnych), czy też ich zaspokojenie znajdują gdzie indziej? Z reguły bowiem studenci są świadomi swoich potrzeb.

A oto kolejne kwestie. Nasunęło mi się pytanie raczej zdrowo-rozsądkowe niż teoretyczno-medioznawcze: czy jest tak, że skoro studenci sięgają po pisma kulturalne, to robią to z potrzeby serca, czy traktują je czysto użytkowo, jako np. materiał do studiowania? Znamienne jest, że jako główne zainteresowanie pojawiło się kino, a więc coś ze sfery kultury popularnej. Pojawiła się też muzyka, ale to bardzo szerokie pojęcie. Nie wiemy, czy chodzi np. o muzykę eksperymentalną, czy o rozrywkową. No i wreszcie kultura popularna we własnej osobie. Zatem de facto to, czego poszukują studenci, wydaje się pochodzić ze sfery kultury popularnej. Można zadać pytanie, czy w takim razie istnieje jeszcze kultura elitarna? Tradycyjnie czasopisma kulturalne kojarzą się z obrazem kogoś, kto trzyma pismo pod pachą, a co związane jest ze snobizmem, intelektualną elitarnością. Czy w świetle tych badań można powiedzieć, że kultura elitarna umarła? Czy te oceny są przesadzone? Skąd taki dobór obszarów zainteresowań, czy są one obecnie najbardziej dostępne w sferze medialnej i dlatego zostały wskazane jako te poszukiwane w ofercie czasopism kulturalnych?

Rzecz, która działa na wyobraźnię, to tytuły czasopism. 180 tytułów. „Film”, „Lampa” na czele stawki, ale wśród pierwszej piętnastki znalazły się też „Wysokie obcasy”, „Polityka”. Jak widać, wychodzimy poza potoczne rozumienie pojęcia »czasopismo kulturalne«. Co więcej, pojawił się też taki tytuł, jak „Playboy”. Można się uśmiechnąć, ale zadajmy pytanie – dlaczego nie? Właśnie – jak brzmiała robocza definicja czasopisma kulturalnego?



### **Aleksandra Kędziorek:**

Nieoficjalnie przyjęta przez naszą grupę badawczą definicja brzmi tak: to pismo opiniotwórcze, nastawione na prezentację pogłębionej opinii, szerzej zakrojonych recenzji z wydarzeń kulturalnych. Czyli w tych czasopismach zamieszcza się obszerniejsze materiały niż w pismach społeczno-politycznych, typu „Polityka” czy „Przekrój”, które, owszem, mają swoje działy kulturalne, ale nie publikują pogłębionych opinii na tematy kulturalne. Przy okazji dodam, że studenci wymieniali też „WiK” czy „Co Jest Grane”, a więc informatory kulturalne, prezentujące w formie skrótowej materiały dotyczące kultury.

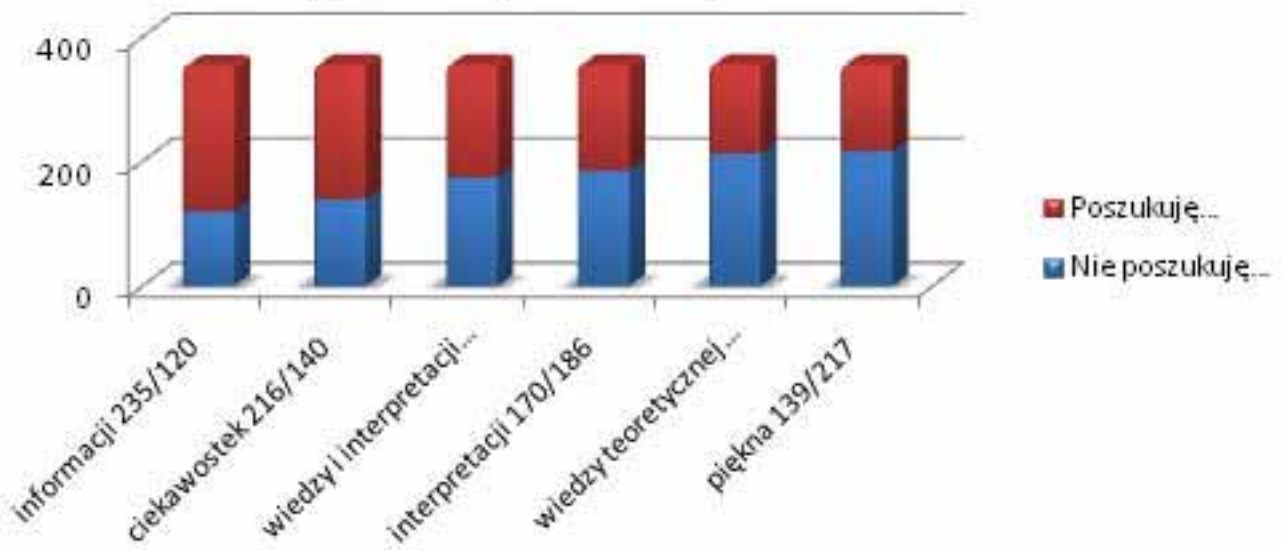
### **Grzegorz Kapuściński:**

Czy w związku z tą operacyjną definicją rzeczywiście powinniśmy wyrzucić „Playboya”? Mamy w nim bowiem literaturę i inne treści kulturalne, chociaż może nie są one dominujące. W każdym razie, nawet jeśli to jest pewien zaulek rozważań, to przykład „Playboya” pokazuje, że żywe jest pytanie o to, co to jest czasopismo kulturalne. Można by w ogóle zadać pytanie, co jest kulturą. Parę osób chciałoby wiedzieć. Można jednak odwrócić to pytanie: czy mamy w tej chwili możliwość określenia sfery kultury jako sfery autonomicznej? Zadam retoryczne pytanie: czy jeżeli poeta zacznie recytować swoje wiersze w centrum handlowym, to będzie to sfera kultury, czy sfera konsumpcji; czy to będzie autonomiczna sfera kultury? Czy nie jest tak, że sfera kultury bardzo się rozprzestrzeniła, żeby nie powiedzieć, że rozlała? Jeżeli tak, to czy jest miejsce dla czegoś takiego jak czasopisma kulturalne? Czy nie zapadł na nie wyrok śmierci? Czy są może one jak zombie, które ma jeszcze ciało, ale już nie żyje? Czy ci respondenci, którzy pokazali, że nie są przywiązani do tytułów, zapewnią utrzymanie czasopismom kulturalnym? Być może jawi się przed nami wizja śmierci, także śmierci kultury elitarniej.

Tu kolejna kwestia, którą warto się zająć. Czego poszukujemy? Informacji i ciekawostek, w mniejszej mierze poszukujemy refleksji teoretycznej. Czy zatem czasopismo kulturalne ma swoją właściwą mu funkcję? Czy jest narzędziem, którym można coś załatwić? Być może wykorzystujemy inne środki, inne media dla zaspokojenia potrzeb. Czasopismo kulturalne to może platforma dla prezentacji długich felietonów. Dla badanych najważniejszy jest bowiem temat tekstu i jego rodzaj, najmniej ważne jest przyzwyczajenie do tytułu.

Jakie jest głębsze podłoże tego zjawiska? Muszę się państwu przyznać, że jestem człowiekiem wierzącym, otóż wierzę, że istnieje postmodernizm i można się tym terminem posłużyć w innym celu niż tylko zrobienie wrażenia człowieka inteligentnego. Otóż wydaje mi się, że jakbyśmy nie patrzyli na współczesną kulturę, to jest tak, że jesteśmy nomadami. Studenci na tym terytorium, chciałem powiedzieć – pustyni, ale powiedzmy – na tej prerii, na której czasopisma kulturalne działają, nie odznaczają się żadną wiernością. Czasopisma kulturalne były kiedyś elementem identyfikacji. Czy możemy o tym nadal mówić? Czy to się wiąże z liczbą dostępnych tytułów? Chciałbym zwrócić się do państwa, którzy tworzycie pisma, z pytaniem, na które pewno sami sobie próbujecie odpowiedzieć, jak można znaleźć się w nowej sytuacji rynkowej, gdy nie można liczyć na konsumenta (świadomie używam tego sformułowania).

Rys. 12  
Czego poszukujesz w czasopiśmie?



Dla większości badanych przenoszenie się czasopism do Internetu jest szansą dla tytułu. Jednocześnie dla większości respondentów to jest jakieś zło konieczne. Respondenci nie czerpią przyjemności z czytania w Internecie. Na pytanie, „czy lubisz czytać na ekranie”, odpowiadają, że nie. Co jest zatem korzyścią? To, że nie trzeba płacić. Tu też widać rys współczesnej kultury, zwłaszcza w jej wymiarze internetowym, gdzie liczymy na wolny dostęp. Zresztą, czasami płacimy, ale nie każe nam się wyciągać portfela, kłaść pieniędzy, jesteśmy przyzwyczajeni do tego, że w Internecie dostajemy za darmo. Czy papierową wersję dostaniemy za darmo? Pewne tygodniki informacyjne na przystankach, przy metrze dostajemy, ale chyba z grubszymi materiałami kulturalnymi nie da się tego zrobić. Co w tej sytuacji począć? Mimo że urok obcowania z kulturą przez zapach farby drukarskiej czy lekko stęchły zapach biblioteki nie jest nam dany, to siłą rzeczy, jeżeli korzystamy, to korzystamy w Internecie. Znow chciałbym się odwołać do pojęcia użytkowania i korzyści. Otóż rysuje się nam pentagram, na którego rogach umieszcza się różne media: radio, telewizję, które są dla siebie w pewnym sensie konkurencją; kiedy poszukujemy rozrywki w kinie, to obok mamy książkę bądź telewizję, które mogą nam potrzebę czytania prasy zaspokoić. Profesor Mrozowski, kiedy umieszczał ten pentagram w podręczniku, pośrodku bardzo trafnie wpisał słowo Internet – jako substytut dla książek, radia, telewizji, kina itd.

Czy jesteśmy w stanie odpowiedzieć na któreś z wyżej postawionych pytań? Być może państwo, użytkownicy i twórcy, mają pomysły, które pomogłyby nam znaleźć klucze interpretacyjne. Dziękuję za uwagę.

## Włodzimierz Gruszczyński:

Ja się znam tylko na języku. Mam poczucie, że jestem trochę dinozaurem. Słuchałem tego wszystkiego niewątpliwie z perspektywy człowieka, który pamięta czasy, kiedy poznawało się inteligenta po tym, że niósł pod pachą określonego dnia tygodnia „Kulturę”, innego dnia tygodnia niósł „Życie Literackie”. Jeszcze parę tytułów wypadało mieć zaprenumerowanych w teczce w sąsiadującym z domem kiosku Ruchu i te tytuły żyły, zwłaszcza w świadomości koleżanek i kolegów zajmujących się literaturą, którzy deklarowali się jako miłośnicy literatury, te czasopisma żyły, chciało się w nich zaistnieć przede wszystkim, bo to była nobilitacja znaleźć się ze swoim tekstem czy to publicystycznym, czy artystycznym, w „Kulturze”, w „Życiu Literackim”, czy w bardzo szanowanej do dzisiaj „Literaturze na Świecie”. „Twórczość” to już były wyżyny takie, że trudno było o nich pomarzyć. Trzeba było mieć legitymację w kieszeni Związku Literatów Polskich i bywać w odpowiednich miejscach. Natomiast z tych badań wynika, że *to se ne vrati*, że to jest jakaś inna rzeczywistość, że jest inny stosunek do tego wszystkiego. Po pierwsze, gdyby ktoś mnie przypalał żywym ogniem, to nie przypuściłbym, że można wymienić 160 czy 180 tytułów czasopism podejrzewanych o to, że są kulturalne. Za czasów, kiedy ja studiowałem, gdyby ktoś mi na egzaminie zadał pytanie, jakie są czasopisma literackie w Polsce, to nie powiem, że wymienię wszystkie, ale myślę, że 90% bym wymienił. Oczywiście, to były czasopisma oficjalne, potem pojawił się drugi obieg, a w nim poza polityką pojawiła się kultura. Zastanawiałem się jeszcze nad czymś innym podczas prezentacji – z ręką na sercu zadałem sobie pytanie, jakie znam czasopisma. Mogę powiedzieć – zależy od definicji czasopisma, ale myślę o tych czasopismach, które bez wahania nazwałbym czasopismami kulturalnymi w takim rozumieniu, jak w okresie PRL-u, co wtedy było jasne, bo wskazywała na to nawet nazwa: „Tygodnik Literacki” albo „Tygodnik Kulturalny” czy „Miesięcznik”; tam było podane przez wydawcę całe określenie. Ja te czasopisma, które były niewątpliwie kulturalne, były archetypem czasopisma kulturalnego, przestałem czytać. Zastanawiam się, jak ja bym odpowiedział na taką ankietę. Gdyby ktoś do mnie z nią przyszedł, wstydziłbym się odpowiedzieć: „nie czytam”, więc odpowiedziałbym: „rzadko” albo „czasami”. I to jest podstawa do zakwestionowania optymizmu. Większość osób nie odpowie „nie, nie czytam”, większość studentów humanistów przyzna, że czyta. A nie wierzę w to, że studenci czytają. Chyba że to są takie tytuły, jak „Wysokie obcasy”, „Playboy”, z drugiej strony „WiK”, czyli dodatki do gazet codziennych, a nie samoistne czasopisma. Dla mnie czasopismo kulturalne to jest przede wszystkim to czasopismo, w którym olbrzymia większość tekstów i materiałów dotyczy szeroko rozumianej kultury. Przy czym kultura to też pojęcie wieloznaczne, raczej w znaczeniu różnego rodzaju sztuk, bo jeżeli kultury rozumianej cywilizacyjnie, no, to wtedy wiele pism jest kulturalnych. Np. „Murator”, nie wspominając o pismach poniekąd naukowych, ale zajmujących się kulturą ludową, etnografią itd. I takie pisma nie przychodzą do głowy, kiedy siedzi się nad ankietą. Czyli raczej chodzi o literaturę, teatr, film, sztuki piękne, a nie kulturę w rozumieniu cywilizacyjno-etnograficznym. Jeśli tak, to ja bym wierzył przede wszystkim tym respondentom ankiety, którzy odpowiadali „nie czytam, bo nie mam czasu”. We współczesnym świecie jest coraz mniej czasu na wartości typu sztuka, a dziś sztuka jest sztuką popularną. Jeśli człowiek jest fanem jakiegoś zespołu, to on chce się dowiedzieć ciekawostek i informacji na temat tego zespołu i szczerze powiedziawszy, wtedy lepiej jest wejść na stronę fanklubu niż kupić sobie za 10 czy 15 złotych czasopismo, w którym może jest ta informacja, a może jej nie ma, bo być może redaktorzy tego czasopisma nie są fanami tego zespołu, którego fanem jestem ja. Myślę, że sytuacja, do której moje pokolenie do pewnego momentu było przyzw-

czajone – poszukiwania czasopism literackich, teatralnych – nie wróci. Wśród pierwszej piętnastki został wymieniony „Dialog”, co było jednym z moich większych zaskoczeń. Aż mi się nie chce wierzyć, że studenci czytają. Myślę, że część odpowiedzi jest na takiej zasadzie – przepraszam respondentów globalnych: widziałem kiedyś takie czasopismo „Dialog”, na pewno jest kulturalne, to pasuje do tych czasopism. Natomiast ilu ludzi naprawdę przeczytało chociaż jeden numer czasopisma „Dialog” spośród tych respondentów, bardzo chciałbym wiedzieć. Ale na pewno o wiele więcej zadeklarowało niż przeczytało. Podstawowa wada tej ankiety (a jest to ankieta, która nie tylko wprost pyta, bo są w niej zakamuflowane pytania sprawdzające), to fakt, że jednak przy jej wypełnianiu od początku do końca respondent wie, o co się go pyta i widzi, co jest dobre, a co złe. Dobre jest czytać, niedobre – nie czytać. Dobre jest być kulturalnym, a niedobre – niekulturalnym. Ja nie chcę być ten gorszy, to ja czytam i kiedy mnie pytają, to ja deklaruję, że ja czytam. Nie wierzę, że studenci czytają.

### **Głos z sali, studentka:**

Powiedział pan profesor o czytaniu czasopism jako o nobilitacji, tak było kiedyś. A dziś mamy do czynienia z czymś takim, co można nazwać lanssem na kulturę. Chyba zmieniły się nasze potrzeby i nie potrzebujemy już nobilitacji, w czasopismach poszukujemy informacji, ciekawostek, nie jakiejś formy szpanowania. Czy czytanie tych pism, które znalazły się na liście „top 10”, jest jakąś formą nobilitacji, skoro są łatwo dostępne? Dziś raczej poszukujemy informacji, a nie nobilitacji.

### **Marta Szymczyk, „Przegląd Powszechny”:**

Jestem nieco rozczarowana tym badaniem, ponieważ, według mnie, powinny być to w zasadzie dwa oddzielne badania, tj. dotyczące czytelnictwa pism kulturalnych i czytelnictwa czasopism popkulturalnych. Dla mojej redakcji, czyli „Przeglądu Powszechnego” – a więc pisma kulturalnego – jest to smutne, że dzisiaj studenci szukają raczej szybkiej informacji o popkulturze, a nie – tak jak powiedzmy w latach 80. – o kulturze sensu stricto. Jako redakcja zdajemy sobie doskonale sprawę, że upodobania czytelników w ostatnich latach radykalnie się zmieniły. Biorąc to pod uwagę, dążymy na przykład do skracania tekstów, do publikowania artykułów mniej specjalistycznych, bardziej dostępnych dla szerokiego grona. Ta konieczność jest dla nas smutna, ale wiemy, że tylko tak będziemy mieli szansę na dotarcie do młodego czytelnika.

Rzeczywiście, tak jak powiedział pan profesor, w czasach PRL-u sytuacja na rynku czasopism kulturalnych była zupełnie inna. Tytułów było zaledwie kilka. Jednym z poczytniejszych był sam „Przegląd Powszechny”. W latach 80. faktycznie mieliśmy grono stałych czytelników. Wielu z nich prenumeruje „Przegląd” do dzisiaj. Niemniej, zdajemy sobie sprawę, że ci, którzy są z nami od lat 80., to dzisiaj grupa ludzi starszych. W związku z tym czasem zadajemy sobie pytanie, kto będzie czytał „Przegląd” za 20-30 lat? Tak więc dotarcie do młodszego czytelnika to dla nas kwestia „być albo nie być”. Zauważyliśmy, że starsi czytelnicy są przywiązani do samego tytułu, młodszy natomiast zwracają raczej uwagę na tematykę poszczególnych artykułów. Nie ukrywam, że redakcja chciałaby, aby wśród studentów pojawiła się świadomość istnienia takiego miesięcznika jak „Przegląd Powszechny”.

Wiemy, że nie jest to łatwe zadanie – dzisiaj nie da się już odtworzyć sytuacji z lat 80. Zdałam sobie z tego sprawę zupełnie niedawno, tj. wtedy, gdy porządkowałam redakcyjne archiwum. Otóż okazało się, że mamy kilkakrotnie więcej numerów archiwalnych z lat 90. niż tych z lat 80. Wynika to z prostej przyczyny: na początku lat 90. redakcja miała do dyspozycji więcej papieru niż w czasach PRL-u. Mówię to po to, żeby podkreślić, iż dzisiaj, kiedy właściwie nie ma ograniczeń materialnych (np. reglamentacji papieru) ani tym bardziej cenzury, każdy może wydawać swoje pismo i tym samym tytuły niegdyś bardzo rozpoznawalne, dziś rozmywają się w natłoku innych pism.

Jeśli chodzi o Internet – myślę, że kiedyś wszystkie czasopisma tam skończą. Nie wiem, czy to dobrze, czy źle. Niedawno otworzyliśmy blog „Przeglądu Powszechnego”. Dla nas, jako redakcji, niekoniecznie jest to forma promowania pisma jako takiego, ale raczej próba stworzenia czegoś w rodzaju środowiska skupionego wokół pisma. Zdajemy sobie sprawę, że trudno jest stworzyć takie grono wokół pisma papierowego. Naszym zdaniem zaistnienie w Internecie powinno zachęcić ludzi do czytania „PP” w pełnej wersji. Taką przynajmniej mamy nadzieję. Niemniej, nie chcielibyśmy zarzucić publikowania pisma w wersji papierowej, gdyż jak wiadomo, wydawnictwa papierowe cały czas cieszą się większym prestiżem niż te internetowe.

### **Beata Gula, „Wakat”:**

My jesteśmy w jeszcze innej sytuacji, chcielibyśmy tworzyć artystyczne pismo literackie z dość eksperymentalną szatą graficzną, czasem nawet utrudniającą czytanie pisma, okładką zawsze jest wiersz; „Wakat” to również „Notoria” – czyli są dwa tytuły, nie ma spisu treści, nie ma redaktora naczelnego, pozornie nie ma numerów tematycznych itd. To pismo, które w swoim założeniu ma poszukiwać jakichś nowych znaczeń awangardy, łamać konwencje i przyzwyczajenia czytelnicze. Paradoksalnie, powinno pozostać pismem papierowym, nie internetowym, dlatego że „Wakat” jest artystycznym przedmiotem. Jeśli chodzi o dotarcie do czytelnika, też mamy nieco inne doświadczenia. My to pismo w połowie rozdajemy, rozsyłamy. Istniejemy dopiero rok i nie przetarliśmy jeszcze wielu szlaków związanych z dystrybucją. „Wakat” można kupić w Trafficu, w kilku księgarniach warszawskich i poprzez firmę dystrybucyjną Espace. Czy pisma kulturalne powinny przejść do Internetu? Sądzę, że wiele z nich tak, oprócz artystycznych pism literackich. Dlaczego? Dlatego, że tylko my musimy mieć **czytelnika**, czytelnika, który szuka sztuki, czyli – literatury, do nas po ciekawostki nie ma co sięgać. A nasz potencjalny odbiorca musi być zainteresowany książką, musi czytać, lubić to specyficzne obcowanie z papierem, wydaje mi się, że on lubi przewracać kartki, wertować pismo w poszukiwaniu choćby spisu treści... Natomiast ludzie zainteresowani filmem chodzą po prostu do kina, a w Internecie szukają informacji, opinii, recenzji. Wydaje mi się, że treści publikowane w czasopismach zajmujących się pozostałymi sztukami spokojnie mogą przejść do innego medium. Natomiast nie sposób odebrać inaczej literatury niż czytając. Najlepiej na papierze, wręcz dotykając czcionki, litery.

### **Paweł Kozioł, „Wakat”:**

Jest jeszcze tak, że istnieje ileś tam czasopism, które same nazywają się pismami literackimi czy kulturalnymi. W pierwszej piętnastce pojawił się np. „Przekrój”, jak podejrzewam dlatego, że rodzice powiedzieli swoim dzieciom, że to jest czasopismo kulturalne, podczas gdy teraz „Przekrój” jest „Polityką” sprzed lat dziesięciu. Podobnie zmieniło się takie pismo z tradycją literacką, które nazywa się „Odra”, a które w tej chwili stara się iść w stronę opiniotwórczego, raczej konserwatywnego miesięcznika z dużym działem literackim. Jest wiele pism, które nazywają się czasopismami kulturalnymi czy literackimi, ale tych stricte kulturalnych i literackich jest tak naprawdę coraz mniej. Nazwałbym to skutkiem strategii koncernu medialnego dla ubogich. Dobrym przykładem jest „Gazeta Wyborcza”, tzn. jest zasadnicze pismo, a w środku dużo dodatków – i w tym momencie stwarza się złudzenie: my jesteśmy o wszystkim. I ci, co czytują te dodatki z działu kultury, naprawdę wierzą, że to jest pismo kulturalne.

### **Grzegorz Kapuściński:**

Wydaje mi się, że to jest globalna tendencja, że te audytoria się rozszczepiają. Jeżeli poszukuję jakichś określonych informacji – niech to będą informacje o wędkarstwie muchowym, już nawet nie wędkarstwie jako takim – to ja je znajdę w jakimś tam medium, być może internetowym, poświęconemu wędkarstwu muchowemu. Być może jeżeli szukam czegoś ze sfery graniczącej z kulturą, znajdę to w którymś z dodatków czy działów „Polityki” albo „Przekroju”. Znowu wraca pytanie o tożsamość kultury, literatury, może nie w znaczeniu przyznawania się do tożsamości, tylko w znaczeniu spójności sfery kultury, literatury. Jak widać, wszyscy stawiamy pytania. Druga sprawa – kiedy słuchałem profesora Gruszczyńskiego, który przyznał się do tego, że nie czyta, to pomyślałem: jaki jest mój sposób poszukiwania informacji? Jak ja mógłbym dotrzeć do czasopisma kulturalnego czy nawet naukowego? Otóż, kiedy poszukuję jakiegoś rodzaju informacji, przeglądam wyszukiwarki i czasami trafiam do pism, które mają swoje internetowe wersje, czy to będą pisma naukowe, czy pisma kulturalne, i dopiero potem staram się je weryfikować. Dajmy na to: to jest strona z Wikipedii, podejrzewam, że informacje mogą zawierać błędy. Zaczynam od hasła, znajduję artykuł na jego temat i w momencie, kiedy wydaje mi się sensowny, zaczynam weryfikację. Jeżeli jest to strona pisma znanego mi, które ma tradycję, renomę, czyli mogące mówić prawdę, to zaczynam się zastanawiać, czy to jest do wykorzystania. Czyli trafiam od drugiej strony do wersji internetowej pisma. Nie jest tak, że wchodzę na stronę np. kwartalnika medioznawczego w zależności od interesującej mnie tematyki, tylko poszukuję odpowiedzi na konkretne pytanie, na dobrą sprawę poszukuję ciekawostki, jakiegoś segmentu. Nie sięgam do pisma, żeby zobaczyć, co się w nim pisze na dany temat, ale zaczynam szukać wąskiego wycinka wiedzy i to poszukiwanie konkretnego doprowadza mnie np. do tytułu.

Nawiązując do tego, co usłyszałem: wydaje się, że zostały przedstawione dwie strategie marketingowe pism kulturalnych. Jedna – „Przeglądu Powszechnego” – kojarzy mi się z narzędziem agencji reklamowej o nazwie *lovemark*. Tworzymy wokół produktu społeczność ludzi, którzy kochają ten produkt, dla których jest on częścią identyfikacji. I „Przegląd Powszechny”, mam wrażenie, kiedy mówiła pani o środowisku, tworzy taką *lovemarkę*. Podobnie jak Harley Davidson.

Z drugiej strony, w przypadku „Wakatu” mamy chyba do czynienia ze strategią marketingową podobną do marki, znaku *slowfood* – czyli czegoś, co wymaga od nas wysiłku (przepraszam za takie porównania, ale zdaje mi się, że mechanizm jest zaskakująco podobny). Jest to strawa duchowa. Wymaga wysiłku w dotarciu, wymaga od nas namęczenia się, chociażby ze względu na to, że ta strona graficzna jest trudna w odbiorze, jak zrozumiałem.

### **Paweł Kozioł:**

Jest jeszcze gorzej: wykorzystujemy stronę graficzną na zasadzie *hatemark*.

### **Grzegorz Kapuściński:**

No cóż, w zasadzie miłość i nienawiść mają podobną intensywność, czyli w gruncie rzeczy mechanizm jest podobny, tylko znak odwrócony. Chociaż z drugiej strony, to jest nie dla każdego, czyli ja, sięgając po państwa pismo, mam tę świadomość, że mogę zapłacić pięć dych i chcieć więcej w zamian, ale jest takich z pięćdziesięciu, którzy do tego siądą i przez to przebrną. Wiadomo, że to jest nie dla każdego. Mogę szokować, mogę się mylić, ale jakie są inne strategie?

### **Beata Gula:**

Uważam, że po pierwsze – czasopisma niszowe bez dotacji ministerialnych już dawno by nie istniały, może z tego powodu tak mało jest strategii opracowanych w redakcjach, ale jednocześnie trudno jest działać, bo po prostu nie pojawi się nagle 10 tys. odbiorców. Dlatego nie mamy szans na reklamodawców i na samofinansowanie tytułu. Współpraca z dystrybutorami jest bardzo trudna i kosztowna, właściwie zjada nas rynek, nastawiony na kolorowe, sensacyjno-plotkarskie pisemka o gwiazdach popkultury. Wracając do rankingu pism, „Zeszyty Literackie”, „Literatura na Świecie”, te kilka starych tytułów literackich, które się tu pojawiło, to świadectwo tego, że wywiadowani poznali je w szkole, najprawdopodobniej na lekcjach języka polskiego. Stąd takie odpowiedzi, tak jak prawdziwe są odpowiedzi dotyczące informatorów. To jest wynik jakiegoś właściwie dobrego snobizmu, który polega na tym, że chcemy wiedzieć, co się w Warszawie dzieje, np. w teatrze, które sceny, jacy reżyserzy są na topie, podobnie jest z muzyką, filmem. I właśnie o tym wszystkim można się dowiedzieć szybko, w tramwaju, w metrze – z informatorów kulturalnych i dzienników. Szybko i bardzo powierzchownie chłonąc taką uroczą papkę kulturalną, napisaną schematycznym, zazwyczaj martwym językiem, nie musimy myśleć, co przecież jest czynnością coraz rzadszą, więc bolesną. Co dalej z niszowymi pismami kulturalnymi, jak stworzyć czytelnika? Prof. Czaplinski mówił, że nawyk czytania, szczególnie o sztuce, a więc prasy kulturalnej, jeśli nie powstanie w wieku licealnym, to potem zazwyczaj już jest za późno. Kilka lat temu uczestniczyłam w dyskusjach na Targach Książki o tzw. dotacyjnym systemie norweskim. Ministerstwo zamiast przydzielać środki finansowe na wydawanie czasopism lub książek, ważnych po prostu dla danej kultury, dokonuje za podobne pieniądze u wydawcy zakupu np. 3000 nakładu, który następnie dystrybuuje, czyli rozsyła do bibliotek szkolnych, licealnych, szczególnie na prowincję, poszerzając pole poznania i dając tym pozycjom swoisty paszport. Jednocześnie umożliwia to wydawcy zwiększenie nakładu. Sądzę, że pisma niszowe i książki nigdy nie dos-

taną szansę na wyjście z tej niszy, jeśli poza wsparciem finansowym nie otrzymają od Państwa pomocy promocyjnej. Nie możemy liczyć na media wysokonakładowe czy bardzo polityczną telewizję publiczną, bo nimi rządzi rynek, populizm. Ale czy możemy liczyć na ministerstwo? Jeśli wszystko przejdzie do Internetu, chociaż zasięg naszego działania się zwiększy, to jakim kosztem? Musimy korzystać z różnych mediów, aby uniknąć całkowitej unifikacji, dać szansę na powrót do humanistycznej edukacji, pełnej przez różnorodność propozycji, łamanie konwencji i wielość form komunikacji. Ta różnorodność form komunikacji daje możliwość wyboru, uczy wolności wyboru. Teraz trzeba wspomóc książkę, pisma papierowe, druk, znaleźć dla nich czas, inaczej znikną, wyginą jak wiele gatunków roślin i zwierząt. To taka kulturowa ekologia.

### **Włodzimierz Gruszczyński:**

Chciałbym się odnieść do jednego wątku. Po pierwsze, padło sformułowanie, pod którym podpisałbym się obiema rękami. Chyba jest rzeczywiście za dużo pism w ogóle, w ogóle się za dużo wydaje, z drugiej strony, za łatwo jest wydawać, za łatwo jest dzisiaj opublikować swój tekst. Ja widzę to w prasie naukowej, ile trzeba było się natrudzić, żeby zadebiutować naukowo lat temu 30, ile trzeba się natrudzić, bo zawsze trzeba się natrudzić, nie da się ukryć, żeby zadebiutować dziś. Natomiast te 30, 40, 50 lat temu jak się już zadebiutowało, to było prawdopodobieństwo relatywnie duże, że to do kogoś trafiało. Dziś w natłoku wszelkich treści, nie tylko tekstowych, bo przecież także multimedialnych, można zakrzyczeć się do świata i nie być nigdy zauważonym, chociaż ma się bardzo ważną rzecz do powiedzenia, ma się ważne, wspa- niale podane treści i można z nimi po prostu nie dotrzeć do odbiorcy. Nastąpiła swego rodzaju dewaluacja, dewaluacja tekstów, wydawnictw, dewaluacja czasopism wszelkich. Jeżeli mamy 100-120 czasopism, ja nie jestem w stanie wymenić nawet 20-25 z głowy, to jakie jest prawdopodobieństwo, że nawet jeśli pójdę do Empiku i coś wybiorę, kiedy ja wchodzę i po 15 minutach mam ból głowy, ból głowy, ponieważ to mnie wszystko osacza, ja mam tego dosyć. Dosyć mam telewizji, dosyć mam książek, dosyć mam czasopism, bo jest ich za dużo. A ja mam swoje sprawy, na które i tak nie mam czasu, w związku z tym ograniczam do minimum kontakt z mediami i to jest odwrotny skutek, zbyt łatwy dostęp powoduje wycofywanie się. Zatem czy czasopisma kulturalne mają szansę w Internecie – wątpię. One będą istnieć, bo w Internecie wszystko może istnieć, stoi za tym wysiłek tych zapaleńców, którzy to robią, natomiast czy to będzie funkcjonowało? Będzie funkcjonowało na zasadzie czytelni, będzie dostępne, będzie zainteresowanie (przepraszam, może kogoś obrażam) krewnych i znajomych królika. To są tytuły niszowe, offowe. A są też takie tytuły jak „Twórczość” czy „Literatura na Świecie”, pisma oficjalne, dotowane, taki top wydawniczy, a z drugiej strony pisma, które robi jeden czy dwóch ludzi, gdzie są byki ortograficzne, gdzie jest bałagan. Szczerze powiedziawszy, jak ja mam wziąć „Lampę” do ręki, to wezmę ją wtedy, kiedy muszę, dlatego że mam poczucie, że tam są fantastyczne rzeczy napisane, ale one powinny jeszcze odleżeć przynajmniej ze 2-3 miesiące, ktoś powinien na nie popatrzeć z dystansu, poprawić, zrobić adjustację, zrobić przyzwoitą redakcję – ja nie mówię o wygładzaniu, żeby była jasność, to dalej może być cholernie zaczepne; ale niech tam będzie tak nie dlatego, że ktoś nie miał czasu, tylko dlatego, że ktoś tak chce. Zawsze studentom powtarzam to, jeśli chodzi o język: ja Picassa cenię między innymi dlatego, że znam jego malarstwo przedstawiające, realistyczne, ja wiem, że on doszedł do deformacji nie dlatego, że nie umiał malować, on umiał namalować przepiękny realistyczny portret lub pejzaż, ale jemu to nie wystarczyło. Natomiast mam wrażenie, że zarówno twórcy młodej literatury, jak i niektórzy dziennika-



rze, zwłaszcza offowych czasopism, to samo dotyczy filmowców niektórych, poetów itd., robią pewne rzeczy nie dlatego, że tak chcą, że przełamują pewne umiejętności akademickie, które nabyli w ASP czy na polonistyce, czy gdzieś indziej, tylko dlatego, że nie umieją inaczej. To też jest zjawiskiem odstręczającym. Czasami jest dopiero szansa na dobry tekst, ale nie ma jeszcze dobrego tekstu.

### **Grzegorz Kapuściński:**

Krąg czytelników pokrywa się z kręgiem autorów. Ba, łatwiej o autorów niż o czytelników.

### **Marta Szymczyk:**

Publikacja na papierze cieszy się jednak większym prestiżem niż publikacja w Internecie. Teraz to się zmienia, ministerstwo zaczęło dofinansowywać publikacje internetowe.

### **Aleksandra Kędziorek:**

Chciałybyśmy z Anią zaprotestować przeciwko wyłączeniu popkultury, wyłączeniu albo rozdzieleniu na dwie ankiety. Była tu mowa o elitarności, która kiedyś wiązała się z czytaniem czasopism; warto było pokazać się danego dnia tygodnia z jakimś tytułem pod pachą, natomiast nie powiedziałabym, że ta elitarność dzisiaj zanikła, być może przeszło to na stronę popkultury i tam trzeba szukać tej elitarności. To, że „Lampa” w rankingu znalazła się tak wysoko, wynikać może i z tego, że w potocznym myśleniu funkcjonuje ona jako czasopismo nietypowe, idące innym torem niż poważne czasopisma literackie, i może w tym studenci szukają pewnej elitarności. Sięgamy po „Lampę”, bo jest inna. Zaprotestowałabym też przeciwko myśleniu, że jeżeli nie zaczęło się czytać w liceum, to już się nie będzie czytało. Ja zaczęłam czytać czasopisma kulturalne na studiach, a wcześniej w ogóle o tym nie myślałam; zaczęłam czytać te czasopisma, ponieważ szukałam informacji na tematy, które mnie pasjonowały, były związane z kierunkiem studiów i myślę, że to, iż studenci czytają teraz coraz mniej, wynika też z umasowienia studiów. Część osób idzie na studia nie z powodu pasji, tylko z powodów zarobkowych, pragmatycznych; myśli bardziej o kursach, dzięki którym w przyszłości będzie można zarobić więcej, a nie o poszerzaniu zainteresowań. Nie szuka rzeczy związanych ze studiami, tylko chwyta informacje z bardzo różnych źródeł, nie pogłębia wiedzy, ale chce ją nabyć szybko.

### **Anna Hebda:**

Tych, którzy czują niedosyt, odsyłamy do broszury, która w bardziej szczegółowy sposób przedstawi wyniki ankiety, a dziś chcieliśmy podyskutować o wątkach, które nas zainteresowały.

Dziękujemy państwu z redakcji czasopism kulturalnych za przybycie, dzięki waszej obecności można było zderzyć ze sobą dwa spojrzenia, bo my, czytając bądź nie, nie zawsze zdajemy sobie sprawę z wielu zagadnień.