



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

**Title:** Książka katolicka w Polsce : wydawcy i formy promocji (od roku 1989)

**Author:** Joanna Wróbel

**Citation style:** Wróbel Joanna. (2014). Książka katolicka w Polsce : wydawcy i formy promocji (od roku 1989). Praca doktorska. Katowice : Uniwersytet Śląski

© Korzystanie z tego materiału jest możliwe zgodnie z właściwymi przepisami o dozwolonym użytku lub o innych wyjątkach przewidzianych w przepisach prawa, a korzystanie w szerszym zakresie wymaga uzyskania zgody uprawnionego.



UNIWERSYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

UNIwersytet Śląski w Katowicach  
Wydział Filologiczny

JOANNA WRÓBEL

KSIĄŻKA KATOLICKA W POLSCE  
- WYDAWCY I FORMY PROMOCJI  
(OD ROKU 1989)

ROZPRAWA DOKTORSKA

PROMOTOR: PROF. DR HAB. IRENA SOCHA

KATOWICE 2014

---

# Spis treści

---

<b>Wstęp</b>	<b>3</b>
<b>Rozdział 1. Rozwój książki katolickiej w świetle statystyki Biblioteki Narodowej po roku 1990</b>	<b>19</b>
<b>Rozdział 2. Wydawcy</b>	<b>33</b>
2.1 Typologia wydawców książki katolickiej . . . . .	48
2.2 Kształtowanie oferty tytułowej przez wydawców książki katolickiej . . . . .	54
<b>Rozdział 3. Dystrybucja</b>	<b>72</b>
3.1 Analiza kanałów dystrybucji wykorzystywanych przez wydawców książek katolickich . . . . .	85
<b>Rozdział 4. Narzędzia komunikacji promocyjnej rynku książki katolickiej</b>	<b>88</b>
4.1 Promocja - definicja pojęcia . . . . .	95
4.2 Księgarnie specjalistyczne . . . . .	98
4.3 Imprezy i projekty poświęcone książce katolickiej . . . . .	111
4.3.1 Targi i kiermasze . . . . .	111
4.3.2 Nagrody literackie . . . . .	121
4.3.3 Spotkania autorskie . . . . .	129
4.3.4 Konferencje . . . . .	133
4.3.5 Imprezy cykliczne . . . . .	135
4.3.6 Wystawy . . . . .	136
4.3.7 Listy bestsellerów . . . . .	137
4.4 Badania marketingowe . . . . .	142
<b>Zakończenie</b>	<b>144</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>148</b>
<b>Spis ilustracji, tabel, wykresów</b>	<b>161</b>
<b>Aneks. Spis wydawców książki katolickiej w Polsce</b>	<b>164</b>
<b>Streszczenie</b>	<b>170</b>
<b>Summary</b>	<b>171</b>

---

# Wstęp

---

Ludzie różnych kultur, wyznań, poglądów i ideologii od zarania dziejów realizują zapis swoich myśli i przekonań w formie graficznej. Od wieków przyjmuje on postać kodeksu, a współcześnie także postać książki mówionej<sup>1</sup> (książka audio, audiobook), i książki elektronicznej<sup>2</sup> (e-book). Już rękopisy były narzędziem przekazu informacji, utrwały pamięć i służyły komunikacji, a wynalezienie druku przyczyniło się do zwiększenia dostępności utrwalonej treści.

Książka drukowana w Polsce pojawiła się w drugiej połowie XV wieku. Pierwszymi drukami, jak podaje Barbara Bieńkowska<sup>3</sup> były: kalendarz na rok 1474 i trzy niewielkie pisma wydane w Krakowie przez Kaspra Straube, kazania papieża Leona i inne popularne utwory religijne, które ukazały się w Chełmnie oraz druki o charakterze religijnym – wydrukowane we Wrocławiu przez Kaspra Elyana. Znakomita większość ówczesnych polskich oficyn publikowała dzieła o tematyce religijnej, a w literaturze chrześcijańskiej mają początki dzieje polskiej kultury. Jak dowodzą badania repertuaru wydawniczego, do połowy XIX wieku książki o tematyce religijnej znajdowały się na czele produkcji wydawniczej w Polsce<sup>4</sup>, a w drugiej połowie XIX wieku choć utraciły pierwszeństwo, zajmowały - zwłaszcza w okresach historycznych przełomów - niezwykle ważną pozycję ze względu na liczbę druków<sup>5</sup>. Świadomość tych procesów była załączkiem niniejszej pracy.

---

<sup>1</sup>Pierwsze książki mówione pojawiły się z myślą o niewidomych odbiorcach w Stanach Zjednoczonych w 1932 r. W Polsce w połowie lat 30. firma płytowa Orpheon nagrała bajki Adama Mickiewicza czytane przez aktora i malarza Mariusza Maszyńskiego. Od lat 60. XX wieku książki mówione nagrywano na taśmach magnetofonowych na potrzeby czytelników Biblioteki Polskiego Związku Niewidomych.

<sup>2</sup>Za narodziny e-książki uważa się Project Gutenberg założony przez Michael'a Hart'a w 1971 roku.

<sup>3</sup>B. BIEŃKOWSKA: *Książka na przestrzeni dziejów*. Warszawa 2005, s. 87-88.

<sup>4</sup>B. KOSMANOWA: *Książka i jej czytelnicy w dawnej Polsce*. Warszawa 1981, K. MALECZYŃSKA: *Historia książki i jej funkcji społecznej*. Wrocław 1987.

<sup>5</sup>K. MALECZYŃSKA: *Książki i biblioteki w Polsce okresu zaborów*. Wrocław 1987, s.18-19, 26.

Problematyka rynku wydawniczego sytuuje się w obszarze badań bibliologicznych nad szeroko pojętą kulturą książki. Paul Otlet rozumiał bibliologię w kontekście dokumentologii, jako wielką, uniwersalną naukę, zajmującą się badaniem wszelkich dokumentów i ich funkcjonowaniem<sup>6</sup>. Proces bibliologiczny obejmuje produkcję, obieg i konsumpcję oraz wpływa na kształtowanie ideologii i świadomości społecznej, upowszechnianie wiedzy, dostarczanie rozrywki, przekazywanie wartości kulturalnych czy literackich<sup>7</sup>.

Starano się ustalić, czy istnieją wyróżniki, charakterystyczne tylko dla książki katolickiej, opisujące ją jako odrębny system książki. Zaobserwowano, że publikacje konfesyjne posiadają wydawców o wyraźnie określonym profilu, odrębne środowiska odbiorców, własne kanały dystrybucyjne i instytucje upowszechniające. Oczywiście nie brakuje sytuacji, kiedy pewne zależności się przenikają: książka katolicka jest rozprowadzana przez własne specjalistyczne księgarnie lub kioski parafialne, a zarazem korzysta z ogólnosortymentowych sieci sprzedaży; ukazuje się w wydawnictwach o profilu ściśle katolickim, ale i wśród oficyn o innym charakterze pojawiają się tytuły bezsprzecznie katolickie. Ważnym problemem badawczym było zdefiniowanie, czym jest książka katolicka, co ją określa, jakie posiada cechy i funkcje, czy i jak tworzy odrębny system rynku wydawniczego, a zwłaszcza swoisty system komunikacji społeczno-kulturowej.

Kiedy podjęto próbę określenia i nazwania powyższych zjawisk, naturalną konsekwencją było opisanie narzędzi komunikacyjnych służących upowszechnianiu książki katolickiej. Wydawnictwa konfesyjne korzystają z wszystkich możliwych form dostępnych w zakresie marketingu książki. Z upływem lat wzbogaciły się o własną imprezę wystawienniczą oraz nagrodę literacką. Uczestniczą także w zorganizowanych strukturach Stowarzyszenia Wydawców Katolickich, które wspiera m.in. ich działania.

Zakres chronologiczny rozprawy umownie wyznacza rok 1989, kiedy to polski rynek książki uzyskał niezależność. Dokładnie wiosną tego roku zawarto porozumienie okrągłego stołu, a czerwcowe wybory do Sejmu i Senatu zakończyły się sukcesem Solidarności. Wydarzenia te przyczyniły się do stworzenia formalnych i faktycznych zasad funkcjonowania wolnego rynku, co sprzyjało przeobrażeniom w branży wydawniczej i księgarskiej. Na początku 1990 roku zniesiono reglamentację papieru i wprowadzono wewnętrzną wymienialność złotych. Natomiast w czerwcu 1990 roku weszła w życie

---

<sup>6</sup>K. MIGOŃ: *Bibliologia wśród innych nauk. Koncepcje, realizacje, perspektywy*. W: *Bibliologia: problemy badawcze nauk humanistycznych*. Red. D. KUŹMINA. Warszawa 2007, s. 22-24.

<sup>7</sup>M. ANTczAK: *Metoda bibliograficzna, statystyczna i porównawcza w badaniach bibliologicznych na przykładzie badań własnych*. W: *Bibliologia: problemy badawcze nauk humanistycznych*. Red. D. KUŹMINA. Warszawa 2007, s. 26.

ustawa znosząca cenzurę<sup>8</sup>. Interesujące dla badacza stało się to, jak oficyny instytucjonalnie i ideologicznie związane z Kościołem katolickim funkcjonowały w rzeczywistości kapitalistycznej. Jak zmieniał się repertuar i funkcje tego typu publikacji we współczesnej kulturze. Czy powstawały nowe wydawnictwa o takim profilu i jak się rozwijały? W miarę gromadzenia informacji zauważono wzrost liczby edytorów, a zamieszczona w aneksie baza wydawców zaskakuje liczbą działających podmiotów. Owszem, niektóre z nich wydają po kilka tytułów rocznie, ale znakomita część prężnie się rozwija, wnosi znaczący wkład w kulturę książki, dociera do szerokich kręgów odbiorców, nie stroni od popularnych form promocji.

Niektóre wydawnictwa posiadają bogatą historię, sięgającą korzeniami czasów sprzed transformacji politycznej. Analizując poszczególne lata działalności drukarni zakonnych oraz pierwszych wydawców związanych z uczelniami teologicznymi i diecezjami, starano się nakreślić także tło historyczne. Kontekst ten pozwala zaobserwować zależność pomiędzy tradycyjnym podejściem do sprzedaży, a powolnym otwieraniem się edytorów w kierunku nowoczesnego marketingu nastawionego na aktywną sprzedaż.

Dotychczas opublikowano pięć *Raportów o książce katolickiej* Kuby Frołowa<sup>9</sup>. Zawierają one ogólną charakterystykę wydawców książki katolickiej, oraz ich oferty wydawniczej, opis działań marketingowych i katalog wybranych oficyn. Prezentowane tam dane liczbowe opierały się na wynikach odesłanych ankiet. Próba badawcza obejmowała jednak stosunkowo niewiele podmiotów, ponieważ ankiety były kierowane do największych i najprężniej działających oficyn: nie wszyscy odsyłali formularze, nie zawsze odpowiadało na pełną ankietę.

Niniejsza praca w relacji do raportów stara się ukazać książkę katolicką w szerokim ujęciu bibliologicznym, dążąc do możliwie pełnej charakterystyki systemu książki wydawców religijnych. Autorka pragnęła pokazać specyficzne miejsce, jakie zajmuje książka religijna na polskim rynku wydawniczym. Po pierwsze, literatura konfesyjna dopiero po 1989 roku miała możliwość zaistnienia poza „drugim obiegiem”, do którego zepchnęły ją uwarunkowania historyczno-polityczne. Po drugie, to wychodzenie odbywało się powoli ze względu na przyzwyczajenia czytelników. Jeszcze w pierwszej dekadzie XXI wieku większość osób poszukiwała książek religijnych w specjalistycznych księgarniach katolickich. Częściowo mogło to wynikać z tego, że przekonania religijne są w naszej

---

<sup>8</sup>M. TOBERA: *Początki transformacji polskiego rynku książki. Rekonstrukcja najważniejszych wydarzeń z lat 1989-1995 (część pierwsza)*. „Przegląd Biblioteczny” 2010, z. 3, s. 288, 293-294.

<sup>9</sup>Raporty o książce katolickiej ukazują się co dwa lata, począwszy od roku 2001. Wydano pięć tego typu publikacji. Autorem wszystkich jest Jakub Frołow, a trzech ostatnich we współpracy z Jerzym Wolakiem. Na książkach wydanych od 2005 roku widnieje nazwisko Kuba Frołow. Obaj autorzy są publicystami „Biblioteki Analiz”.

kulturze traktowane jako sfera prywatna każdego człowieka, dlatego też pytanie o modlitewnik w dużej księgarni ogólnoasortymentowej nie należało do zwyczajnych zachowań czytelniczych. Sytuacja zaczęła się zmieniać wraz z coraz większą popularnością sprzedaży wysyłkowej i internetowej. Po trzecie, specyficzna sytuacja literatury religijnej wiąże się ze swoistą funkcją, jaką pełniła ona dla obiegu czytelniczym. Odbiorca szuka książki katolickiej, bo odpowiada ona na jego potrzeby religijne (metafizyczne ale i codzienne), a celem wydawcy i autora jest szerzenie wartości ewangelicznych. Generowanie zysku ma oczywiście znaczenie, ale nie jest najważniejszym warunkiem ukazania się tytułu, jak w przypadku wydawnictwa świeckiego. Po czwarte, wydawcy, księgarze i instytucje promujące książkę katolicką korzystają z repertuaru działań dostępnych na rynku, dostosowując je do swojej specyfiki.

Zagadnienia wydawnicze i księgarskie skupione wokół książki o tematyce religijnej, a ściśle – katolickiej, znajdowały się w sferze badań i opracowań statystycznych, które są dostępne dla szerokiego kręgu odbiorców. Przy ustalaniu terminologii źródłami istotnymi były prace Czesława Ryszki<sup>10</sup>, monografia Jerzego Plisa<sup>11</sup> oraz opracowania Biblioteki Analiz<sup>12</sup>. Dane statystyczne uzyskano z publikacji Biblioteki Narodowej „Ruch Wydawniczy w Liczbach” oraz korespondencji z Zakładem Statystyki Wydawnictw tejsze księżnicy. Charakterystykę wybranych edytorów oraz kanałów dystrybucji wykonano na podstawie obszernych artykułów zamieszczonych w poszczególnych tomach *Encyklopedii katolickiej* oraz wybranych edycji *Rynek książki w Polsce* Łukasza Gołębińskiego. Dane wzbogacono dokumentacją według prac: Mariana Pirożyńskiego i Stanisława Szczęcha<sup>13</sup>, Adama Bromberga<sup>14</sup>, Witolda Zdaniewicza<sup>15</sup>, Jerzego Górala<sup>16</sup>. Wymienione źródła i ich analiza porównawcza pozwoliły scalić wyniki zebrane przez poszczególnych badaczy i ukazać możliwie kompletny obraz rynku wydawców ka-

---

<sup>10</sup>C. RYSZKA: *Milczący obecny. I inne szkice o pisarzach katolickich*. Katowice 1984.; C. RYSZKA: *Na tropach Boga. Przygoda z literaturą XX wieku*. Kraków 1999.

<sup>11</sup>J. PLIS: *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film 1918-1939*. Lublin 2001.

<sup>12</sup>Biblioteka Analiz – firma wydawnicza specjalizująca się w badaniach rynku wydawniczo-księgarskiego, czasopisma: dwutygodnik „Biblioteka Analiz”, miesięcznik „Magazyn Literacki KSIĄŻKI”, kwartalnik „Wiadomości Księgarskie”, kwartalnik „Wyspa”, miesięcznik „Notes Wydawniczy”; publikacje fachowe: rocznik „Rynek książki w Polsce”, od 2007 roku wydawany w czterech tomach („Wydawnictwa”, „Dystrybucja”, „Poligrafia” i „Who is who”); Raporty o książce katolickiej autorstwa Kuby Frołowa, ukazujące się dla roczników: 2001, 2003, 2005, 2007, 2009.

<sup>13</sup>M. PIROŻYŃSKI, S. SZCZĘCH: *Rocznik statystyczny Kościoła katolickiego w Polsce. Rok pierwszy 1937*. Lublin 1938.

<sup>14</sup>A. BROMBERG: *Książki i wydawcy. Ruch wydawniczy w Polsce Ludowej w latach 1944-1964*. Warszawa 1966.

<sup>15</sup>*Kościół katolicki w Polsce 1945-1982*. Red. W. ZDANIEWICZ. Poznań [i in.] 1982.

<sup>16</sup>J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka*. W: *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990. Rocznik statystyczny*. Red. L. ADAMCZUK, W. ZDANIEWICZ. Warszawa 1991.

tolickich przed transformacją polityczno-gospodarczą. Od roku 1990 obserwujemy dużą dynamikę w działalności edytorskiej, dotyczy to również przekazu treści religijnych. Bardzo wiele oficyn bez przeszkód mogło rozpocząć działalność, jednak odbyło się to z różnym skutkiem: niektóre nie wytrzymały praw rynkowych, inne znakomicie wykorzystaly swój potencjał i zapotrzebowanie odbiorców. Do uatrakcyjnienia i rozszerzenia oferty wydawniczej w dużej mierze przyczynił się rosnący w pierwszym dziesięcioleciu XXI wieku popyt na publikacje związane z osobą papieża Jana Pawła II. Tzw. oferta papieska po dziś dzień cieszy się szerokim zainteresowaniem odbiorców ze względu na bieżące wydarzenia w Watykanie i procesy beatyfikacyjny oraz kanonizacyjny Ojca Świętego z Polski.

Informacje o poszczególnych wydawcach oraz materiał do tworzonej bazy edytorów katolickich czerpano także ze stron WWW poszczególnych oficyn oraz serwisów poświęconych książkom, rynkowi wydawniczemu, kulturze, religii katolickiej, branży księgarskiej. Obserwacje pochodzą z autopsji: uczestnictwo w imprezach poświęconych książce konfesyjnej (targi książki, spotkania autorskie), oraz prowadzenie wywiadów i korespondencji elektronicznej z osobami zajmującymi się marketingiem publikacji katolickich.

Kwestie terminologiczne zostały poruszone we wstępie. W pierwszym rozdziale książkę katolicką scharakteryzowano pod względem statystycznym od roku 1990, jako odrębny system książki, który posiada własnych wydawców, dystrybutorów i promocję. Historia, działalność oraz budowanie oferty tytułowej oficyn znalazły się w rozdziale drugim. Trzecią część rozprawy poświęcono rozległej i różnorodnej sieci dystrybucyjnej. Natomiast w czwartym i ostatnim rozdziale omówiono narzędzia komunikacji promocyjnej rynku książki katolickiej. Te ostatnie zagadnienia wydają się szczególnie istotne, gdyż w nich tkwi specyfika i klucz sukcesu rozwoju rynku książki katolickiej w Polsce.

Na wyróżnienie zasługuje repertuar wydawniczy. Wydawcy katoliccy stworzyli własny system komunikacji i promocji. Z początkiem XXI wieku polski rynek wydawniczy ulega coraz większej homogenizacji. Dotyczy to także oficyn religijnych, czego przejawem jest fakt, że współcześnie można poszukiwać wielu tytułów z oferty konfesyjnej w dowolnych księgarniach i sklepach internetowych. Nie spowodowało to jednak zaniku specjalistycznych domów książki czy sklepów-portali z książką katolicką: czytelnik może wybierać miejsce zakupu lektury o tematyce katolickiej. Jego decyzja często będzie podyktowana najkorzystniejszą ceną lub stosunkiem rabatu w sieci internet do kosztów przesyłki, które klient musi ponieść. Repertuar czytelniczy jest bogaty, a z roku na rok dostęp i wiedza o ofercie może być pełniejsza. Łatwiejszy jest także dostęp do informacji o bieżącej propozycji tytułowej poszczególnych edytorów. Kanałami tych wiadomości są: Internet (portale, blogi, recenzje w księgarniach i sklepach wirtualnych), prasa kato-



licka (recenzje, reklamy, listy bestsellerów i rankingi) oraz wydarzenia kulturalne (targi książki, spotkania autorskie, konferencje).

Odrębnym problemem społeczno-kulturowym i zarazem badawczym jest prasa katolicka i jej powiązania z systemem książki katolickiej. Problem interesujący ze względu na zmieniającą się rolę mediów, nowe podejście do reklamy wykreowane przez firmy działające w sieci (AdSense, AdWords firmy Google), zamykanie drukowanych wersji tytułów czasopism lub przechodzenie przez wydawców na wersje elektroniczne dostępne on-line często bezpłatnie. Podobna sytuacja dotyczy recenzji. Obok tekstów publikowanych na łamach gazet i magazynów, dużą popularnością cieszą się blogi poświęcone lekturom, recenzje pozostawiane przez kupujących w księgarniach internetowych. Zbadanie jej wykracza poza zakres tematyczny rozprawy, dlatego nie ujęto jej, choć zwracano uwagę na samo zjawisko prasowe.

Pojęcie „książka katolicka” jako „książka wydawców katolickich” funkcjonuje od dawna w środowisku ludzi zajmujących się rynkiem wydawniczym i branżą księgarską. Inne określenia, którymi niekiedy posługują się czytelnicy, wydawcy, księgarze i bibliotekarze to książka religijna, literatura konfesyjna. Podobnie rzecz ma się w odniesieniu do sformułowań: „wydawcy katolicki”, czy „rynek książki katolickiej”. Zamieszanie terminologiczne może powodować fakt, że niektórzy wydawcy, nazwijmy ich dla odróżnienia – świeccimi, w ofercie również mają tytuły katolickie. Najczęściej jednak mówiąc o tym sektorze branżowym, przy rzeczownikach: książka, literatura, rynek, wydawcy stawia się naprzemiennie przymiotniki – katolicki, konfesyjny, religijny.

Dla sprecyzowania terminu „książka katolicka” sięgnięto do prac Marii Jasińskiej-Wojtkowskiej, Czesława Ryszki, Jerzego Plisa. Współredaktorka publikacji *Sacrum w literaturze* omówiła *problemy identyfikacji religijności dzieła literackiego*<sup>17</sup>. Dokonała próby definicji pojęcia utwór religijny. Jej rozważania i tezy badawcze wskazują proste trudności terminologiczne dotyczące nazwy „literatura religijna”. Wiąże się to z różnymi dyscyplinami naukowymi. Badaczka tworząc podstawę metodologiczną, oparła się na trzech elementach: „religiologii jako teorii sacrum i religii, semiologii jako wiedzy o systemie znaków kultury określonych środowisk w ramach różnych momentów historycznych oraz literaturoznawstwa (poetyki, teorii literatury i metodologii badań literackich)”<sup>18</sup>. Odniesienie do religiologii pozwala na rozważenie problemu „literatura a sacrum”, „literatura a religia”. Dalej autorka rozpatruje jeszcze znaczenie religii jako

---

<sup>17</sup>M. JASIŃSKA-WOJTKOWSKA: *Problemy identyfikacji religijności dzieła literackiego*. W: *Sacrum w literaturze*. Red. J. GOTFRYD, M. JASIŃSKA-WOJTKOWSKA, S. SAWICKI. Lublin 1983, s. 53-64.

<sup>18</sup>Ibidem, s. 54.

wyznania, historycznego zjawiska kulturowego czy nawiązania do tradycji, a na koniec podsumowuje: „Uogólniając – religijność to pojęcie wieloznaczne i stopniowalne; także i w odniesieniu do utworu religijnego. A zatem jest to pojęcie typologiczne, semantyzujące, a nie klasyfikacyjne.”<sup>19</sup> I dalej stwierdza: „religijność utworu to nie tylko kwestia tematyki czy słownictwa, ile totalnego odniesienia jego semantycznej wymowy do sfery sacrum”<sup>20</sup>.

Na podstawie powyższych rozważań widać skalę niejednoznaczności terminologicznych, a trudności wiążące się ze zdefiniowaniem pojęcia „literatury religijnej” nie brak również w przypadku węższego terminu, jakim jest - „literatura katolicka”. Rok później niż szkic Marii Jasińskiej-Wojtkowskiej ukazała się publikacja Czesława Ryszki<sup>21</sup>, w której autor szuka odpowiedzi na pytanie, czy istnieje literatura katolicka, podejmując się tym samym wywodu o jej genezie. Dowodzi, że korzenie sięgają początku XX wieku, kiedy stała się ona nowym zjawiskiem w literaturze i kulturze. Pojęcie to wiązało się z nazwiskami konkretnych twórców i ich utworów, w których prezentowano katolicki punkt widzenia. Wyznanie zaś było wyznacznikiem katolickości w odbiorze czytelnicy i łączyło dzieło z życiem osobistym autora. Religijny wymiar twórczości był elementem, który konstruował dzieło oraz pełnił wielorakie funkcje dla jego kompozycji i świata przedstawionego. Pod koniec lat 90. ukazała się kolejna książka<sup>22</sup> tego autora, w której odnosi się on do definicji „literatury katolickiej” z perspektywy upływu czasu i zmian, jakie dokonały się na rynku księgarskim. Termin ten funkcjonował jeszcze w Polsce powojennej ze względu na specyficzne warunki polityczne, gdy przynależność pisarza do jednej ze skrajnych frakcji (katolicka lub marksistowska), determinowała jego związek z określonymi środowiskami twórczymi, ale na świecie wychodził już z użycia. Na początku lat 70. Stefan Sawicki<sup>23</sup> zastanawia się nad schyłkiem literatury katolickiej, poddaje w wątpliwość zasadność istnienia samego zjawiska „literatury katolickiej”. Te zawłości terminologiczne towarzyszą wydawcom książek katolickiej literatury, a uzyskanie jednoznacznej odpowiedzi wydaje się być niemożliwe.

Na polskim gruncie literatura, krytyka a dalej teksty katolickie były ściśle powiązane z dokonującą się stopniowo odnową kultury katolickiej. Ta z kolei mogła rozkwitać w okresie międzywojennym dzięki prasie religijnej<sup>24</sup> oraz działalności Akcji Katolickiej<sup>25</sup>,

---

<sup>19</sup>Ibidem, s. 58.

<sup>20</sup>Ibidem, s. 60.

<sup>21</sup>C. RYSZKA: *Milczący obecny...*

<sup>22</sup>C. RYSZKA: *Na tropach Boga...*

<sup>23</sup>S. SAWICKI: *Z pogranicza literatury i religii*. Lublin 1978.

<sup>24</sup>J. PLIS: *Kościół katolicki w Polsce...*

<sup>25</sup>Utworzona w 1919 roku w Gnieźnie na nadzwyczajnym zjeździe episkopatu. Działalność rozpoczęła dwa lata później. Por. J. PLIS: *Kościół katolicki w Polsce...*, s. 3; N. ROMUALD: *Akcja Katolicka*. W: *Encyklopedia*

która prowadziła chrześcijańskie szkolnictwo, organizowała warsztaty pisarzy twórców katolickich, wydawała prasę służącą Kościołowi oraz liczne serie książkowe.

Przymiotnik katolicki funkcjonuje także w nazwach własnych instytucji związanych z książką: 1. Stowarzyszenie Pisarzy Katolickich<sup>26</sup>, 2. Katolickie Towarzystwo Wydawnicze<sup>27</sup>, 3. Stowarzyszenie Wydawców Katolickich<sup>28</sup> (SWK). Ponadto na początku XX wieku mówiło się o katolickim ruchu wydawniczym<sup>29</sup> w kontekście oferty wydawniczej oficyn katolickich ściśle związanych z Kościołem, natomiast od połowy lat 90. odbywają się Targi Wydawców Katolickich. Powyższe przykłady nie tylko dowodzą, że istnieje zjawisko książki katolickiej, ale i ugruntowują je w powszechnej świadomości społecznej.

Wracając do definicji książki katolickiej, trudno o pełną analizę tego pojęcia, tak w piśmiennictwie dotyczącym rynku książki, jak i w publikacjach teologicznych czy katolickich. Najszerzej problem ujęto w raportach dotyczących książki katolickiej wydawanych przez Bibliotekę Analiz. Należało więc podjąć próbę sformułowania takiego terminu. Autorka niniejszej rozprawy rozumie pojęcie książki katolickiej jako zapis myśli ludzkiej, w postaci publikacji drukowanej lub elektronicznej, który: 1. pod względem formalnym: opublikowało wydawnictwo katolickie, posiada imprimatur; 2. pod względem pełnionych funkcji: szerzy słowo Boże, informuje o sprawach i o osobistościach Kościoła katolickiego, edukuje w zakresie wiary i praktyki katolickiej, kształtuje kulturę, treści i wartości chrześcijańskie, opisuje problemy wiary i moralności katolickiej, a rzeczywistość poprzez pryzmat katolickiego światopoglądu, stanowi pomoc w liturgii, modlitwie i katechizacji. Nie wszystkie wyznaczniki występują łącznie. Podstawowymi kryteriami są: fakt publikacji książki w wydawnictwie katolickim, jej tematyka i pełnione funkcje.

Przyjrzyjmy się uważniej kryteriom formalnym. Za wydawnictwo katolickie uważa się takie, które jest zależne od instytucji katolickich: diecezji, zakonu, organizacji czy stowarzyszenia katolickiego. Ponadto jest grupa wydawców prywatnych, niedziałających przy żadnej instytucji kościelnej, a publikujących książki o charakterze katolickim. W oparciu

---

*katolicka*. T. 1. Lublin 1973, kol. 228-234.

<sup>26</sup>Stowarzyszenie Pisarzy Katolickich – założone w 1930 roku na Kongresie Eucharystycznym w Poznaniu.

<sup>27</sup>Katolickie Towarzystwo Wydawnicze – działało w Krakowie w latach 1936-1939; Por. K. ŚWIĘŚ: *Katolickie Towarzystwo Wydawnicze*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 8. Lublin 2000, kol. 1136.

<sup>28</sup>Stowarzyszenie Wydawców Katolickich – powstało w 1996 roku w Warszawie, organizuje Targi Wydawców Katolickich w Warszawie, Kiermasz Wydawców Katolickich w Lublinie i Katowicach, przyznaje Nagrodę Wydawców Katolickich FENIKS.

<sup>29</sup>J. SZMIGIELSKI: *Prasa i wydawnictwa (kilka uwag o katolickim ruchu wydawniczym)*. „Polski Przewodnik Katolicki” 1927, R. 1, s. 285-396.

o analizie Jakuba Frołowa<sup>30</sup> oraz podział oficyn zaprezentowany na katolickim portalu internetowym Opoka<sup>31</sup> dokonano następującej typologii wydawnictw katolickich:

- I. **Wydawnictwa diecezjalne i seminaryjne** – takie, które działają przy odpowiednich jednostkach administracyjnych Kościoła katolickiego w Polsce, np.: Wydawnictwo Archidiecezji Łódzkiej, Wydawnictwo Archidiecezji Poznańskiej „Drukarnia i Księgarnia Świętego Wojciecha”, Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej „Gaudium”, Wydawnictwo Archidiecezji Katowickiej „Księgarnia św. Jacka”, Wydawnictwo Diecezji Pelplińskiej „Bernardinum”, Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej „Biblos”, Wydawnictwo Diecezji Kieleckiej Jedność.
- II. **Wydawnictwa zakonne** – edytorzy publikujący przy zakonach i zgromadzeniach zakonnych męskich i żeńskich, np.: Wydawnictwo Zgromadzenia Paulistów „Edycja Świętego Pawła”, Wydawnictwo Misjonarzy Krwi Chrystusa „Pomoc”, Wydawnictwo Księża Pallotynów „Apostolicum”, Wydawnictwo Polskiej Prowincji Zakonu Pijarów „eSPe”, Wydawnictwo OO. Franciszkanów „Bratni Zew”, Wydawnictwo Warszawskiej Prowincji Redemptorystów „Homo Dei”, Wydawnictwo Księża Marianów, Wydawnictwo Zgromadzenia Michalitów „Michalineum”.
- III. **Wydawnictwa katolickich instytucji naukowych** – oficyny działające przy katolickich uczelniach wyższych i innych placówkach naukowych, np.: Wydawnictwo Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Opolskiego, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie.
- IV. **Wydawnictwa instytucji kościelnych, stowarzyszeń, ruchów i fundacji** – takie, które działają przy organizacjach katolickich, fundacjach, ruchach religijnych, np.: Wydawnictwo Towarzystwa Biblijnego w Polsce, Instytut Myśli Józefa Tischnera, Oficyna Wydawnicza w Misji.
- V. **Wydawnictwa związane z katolickimi tytułami prasowymi** – edytorzy odpowiedzialni za wydawanie tytułu prasowego, których nakładem ukazują się również pozycje zwarte, np.: Towarzystwo Więź, Biblioteka „Niedzieli”.

---

<sup>30</sup>J. FROŁOW: *Wydawnictwa katolickie w Polsce*. Warszawa 2003, s. 7.; A. KOWALEWSKA: *Wydawnictwa katolickie PRL*. Warszawa IINiSB UW.; Cyt. za: J. FROŁOW: *Wydawnictwa katolickie w Polsce*. Warszawa 2003, s. 7.

<sup>31</sup>Portal Opoka.org.pl jest największym serwisem katolickim Polsce. Jednym z jego licznych działań jest promocja książki i prasy katolickiej w Polsce.

VI. **Wydawnictwa niezależne** – oficyny wydające książki o tematyce religijnej, których właścicielami są osoby prywatne, np.: Biały Kruk, Wydawnictwo M, Dom Wydawniczy Rafael (dalej Rafael), PAX.

Drugim kryterium formalnym jest wpisanie w wydane dzieło formuły imprimatur<sup>32</sup>. Zgodnie z definicją zawartą w encyklopedii religii<sup>33</sup>, imprimatur oznacza z łac. „niech będzie drukowane”, „wolno drukować”. W Kościele katolickim jest to formuła używana przez władzę kościelną, pozwalająca na druk i rozpowszechnianie dzieła, które dotyczy tematyki religijnej lub moralnej. Zwykle bywa opatrzone datą i podpisem oraz dodatkowym zwrotem „nihil obstat”, czyli „nie ma przeszkód”. Początki tej praktyki sięgają VI w., kiedy to papieże poświadczali zgodność dzieł pisarzy katolickich z nauczaniem Kościoła, a obowiązuje od XVI w<sup>34</sup>.

Szczegółowo na temat współczesnego podejścia do nadawania imprimatur pisał ks. Adam Boniecki na łamach „Tygodnika Powszechnego”<sup>35</sup>, powołując się na *Instrukcję*

---

<sup>32</sup>J. WRÓBEL: *Rola i znaczenie imprimatur w procesie wydawniczym książki katolickiej – wybrane problemy*. „Biuletyn EBIB” 2007, Nr 10 (91). Dostępny w Internecie: <http://www.nowyebib.info/2007/91/a.php?wrobel> [data dostępu: 18.06.2013].

<sup>33</sup>*Religia. Encyklopedia PWN*. Tom 4. Red. T. GADACZ, B. MILERSKI. Warszawa 2001, kol. 513.

<sup>34</sup>Podobną definicję podaje Encyklopedia wiedzy o książce: „formuła (wraz z datą i podpisem) zezwolenia władz kościelnych na druk książki, zwykle religijnej; często pod nią umieszczano formułę „Nihil obstat” (dosł. „nic nie stoi na przeszkodzie”), również z datą i podpisem, będącą zezwoleniem cenzury kościelnej”. Na podstawie: *Encyklopedia wiedzy o książce*. Red. A. BIRKENMAJER, B. KOCOWSKI, J. TRZYNADŁOWSKI. Wrocław 1971, kol. 989.;

Imprimatur jest ważnym elementem, chroniącym nauczanie Kościoła przed błędami i naleciałościami niezgodnymi z jego liturgią i wiarą. Powinno na nim zależeć przede wszystkim świeckim edytorom chcącym opublikować książkę religijną. W przypadku wydawców katolickich, kurie często nie udzielają specjalnego imprimatur na książki wydawnictw zakonnych, wychodząc z założenia, że zarządzają nimi dyrektorzy, którzy są księżmi, np.: Wydawnictwo Salwator (księża salwatorianów), Wydawnictwo Polskiej Prowincji Dominikanów W drodze (ojców dominikanów, dalej "W drodze"), Wydawnictwo „Bratni Zew” (ojców franciszkanów), itd. Wystarczy tutaj zastosować jedynie „nihil obstat” lub „imprimi potest”. Zezwolenia na druk udziela kuria za pośrednictwem biskupa. Książka jest czytana przez wyznaczonego cenzora i zatwierdzona przez Komisję, której często przewodniczy komisja liturgiczna kurii diecezjalnej. Aprobata może udzielić kuria diecezjalna (metropolitarna) na terenie, której znajduje się wydawnictwo lub autor. Nierzadkie są sytuacje, gdy autor pochodzi z innej diecezji niż edytor publikujący jego książkę. Na podstawie: P. PIOTROWSKI: Temat: Udzielanie imprimatur [on-line]. Do J. Wróbel. 21.08.2007 [cytowany 20 września 2007]. Korespondencja osobista.;

\*Nihil obstat (łac. nic nie przeszkadza) – oznacza, iż publikacja została sprawdzona i zatwierdzona przez cenzora diecezji, który określił ją jako wolną od błędów doktrynalnych i moralnych; cenzor jest wyznaczany przez biskupa i współpracuje z autorem w celu usunięcia ewentualnych błędów.;

\*\*Imprimi potest (łac. nadaje się do druku) – nadawane dla publikacji pisanych przez zakonników; oznacza, że dzieło zostało sprawdzone i zaaprobowane przez kanonicznego przełożonego autora, lub przełożonego zakonu (generała, prowincjała).

<sup>35</sup>Ks. A. BONIECKI: „*Imprimatur*” watykańska Instrukcja o zasadach i procedurze udzielania aprobaty kościelnej w środkach przekazu. „Tygodnik Powszechny” 1992, nr 28, s. 2.

*o niektórych aspektach posługiwania się środkami społecznego przekazu w promowaniu nauki i wiary* autorstwa kardynała Ratzingera. Ks. Boniecki pisze, że wielu wydawców coraz częściej rezygnuje z wymaganych prawem kanonicznym procedur, nakazujących przedkładanie władzom kościelnym swoich publikacji do oceny, a Kościół milcząc, jakby zgadzał się z tym stanem rzeczy. Powodem może być chęć uniknięcia mimowolnej reklamy dla niezaaprobowanych tekstów i związanych z tym kłopotów. Stosowane są również środki zastępcze w postaci wstępu napisanego przez ważną osobistość, która nie budziłaby żadnych wątpliwości lub noty „za zezwoleniem władzy kościelnej”. Wspomniana instrukcja liczy 16 stron, a jej ukazanie się w marcu 1992 roku spowodowało do ponownej dyskusji na temat stosowania imprimatur.

Już w samym wprowadzeniu do tego dokumentu jest zasygnalizowane, że chodzi o „przekazywanie wiary w formie czystej i integralnej”, aby wierni wiedzieli, co jest nauką Kościoła, a co nią nie jest. Zaś osoby zajmujące się tematyką religijną w instytucjach związanych ze środkami masowego przekazu mają prawo do czytelnych kryteriów. Formalnie instrukcja ma charakter dyscyplinarny i składa się z czterech rozdziałów. Dla celów niniejszej pracy warto zwrócić szczególną uwagę na rozdział drugi, który dotyczy aprobaty kościelnej i zezwoleń na publikacje różnego typu, oraz rozdział trzeci zatytułowany *Apostolat wiernych na polu wydawniczym, szczególnie w odniesieniu do wydawnictw katolickich*. Oto kilka istotnych przepisów w instrukcji:

1. Dla niektórych publikacji aprobatą kościelną jest wymagana „w sposób szczególny”, są to:
  - wydania Pisma Świętego, w tym jego przekłady na języki współczesne,
  - katechizmy i pisma katechetyczne,
  - teksty przeznaczone dla szkół wszystkich typów, w tym uczelni wyższych, jeśli dotyczą dyscyplin naukowych związanych z wiarą i moralnością.
2. Współpraca w przygotowywaniu i publikowaniu przez katolików i braci odłączonych:
  - przekładów Pisma Świętego,
  - modlitewników, także na prywatny użytek,
  - zbiorów dekretów lub aktów władzy kościelnej,
  - publikacje członków zgromadzeń zakonnych i innych osób duchownych.
3. Upředniej ocenie miejscowego ordynariusza powinny być poddawane również książki, niemające charakteru podręczników, jeśli traktują o:

- Piśmie Świętym,
  - teologii,
  - prawie kanonicznym,
  - historii Kościoła.
4. Aprobata oryginału nie są objęte dalsze wydania ani przekłady.
  5. Od decyzji ordynariusza można się odwołać do Stolicy Apostolskiej lub poprosić o aprobatę innego biskupa, zaznaczając jednak wcześniejszą odmowę.
  6. Biskupi są zobowiązani sięgać po pomoc specjalistów.
  7. Odmowę aprobaty należy uzasadnić na piśmie.
  8. Fakt uzyskania kościelnej aprobaty należy zaznaczyć poprzez podanie nazwiska biskupa, który udzielił zgody oraz daty i miejsca.
  9. Wydawnictwa katolickie nie mogą publikować bez zgody Kościoła niczego, co takiej aprobaty wymaga.

Od ukazania się instrukcji minęło ponad 20 lat, a samo *imprimatur* jest stosowane co najmniej od VI w. Praktyka dzisiejszych wydawnictw w stosowaniu tej formuły wciąż jest powszechna i nie należy się obawiać jej zaniechania. Można zatem uznać, że *imprimatur* jako kryterium definiujące książkę katolicką jest elementem istotnym.

A wracając do współczesnego znaczenia *imprimatur*, należy zauważyć, że w kraju gospodarki wolnorynkowej każdy może wydać modlitewnik, ma do tego prawo wydawnictwo diecezjalne, zakonne lub świeckie. U klienta – czytelnika, pragnącego zakupić modlitewnik rodzi się pytanie, jaka jest wiarygodność tej publikacji w przypadku, gdy wydaje ją edytor niekościelny? Jeśli nie ma *imprimatur*, pojawia się podejrzenie co do jego wiarygodności i pochodzenia. Jeśli jest aprobatą – klient ma gwarancję, że modlitewnik może być używany w Kościele katolickim. W praktyce *imprimatur* powinny mieć wszystkie modlitewniki, podręczniki do nauczania religii, rozważania wykorzystywane w liturgii oraz nabożeństwach liturgicznych (różaniec, droga krzyżowa itd.)<sup>36</sup>

Odnosząc się do funkcji, za pomocą których staramy się definiować książkę katolicką, można wziąć pod uwagę tematykę publikacji: 1. Książki traktujące o osobistościach Kościoła katolickiego będą dotyczyły biografii osób duchownych, hagiografii, opisów

---

<sup>36</sup>P. PIOTROWSKI: Temat: Udzielanie *imprimatur* [on-line]. Do J. Wróbel. 21.08.2007 [cytowany 20 września 2007]. Korespondencja osobista.

kultu osób i miejsc świętych. 2. Pozycje poruszające problemy wiary i moralności katolickiej: świadectwa, różne kategorie duchowości (np. maryjna). 3. Publikacje opisujące rzeczywistość poprzez pryzmat katolickiego światopoglądu, dotyczące takich sfer, jak: teologia, filozofia, historia, rodzina, małżeństwo, wychowanie, psychologia, formacje kapłańskie i zakonne, encykliki papieskie, dokumenty kościelne i inne. 4. Dzieła stanowiące pomoc w liturgii, modlitwie i katechizacji: Pismo Święte, materiały homiletyczne, modlitewniki, książeczki do nabożeństwa, encyklopedie, słowniki, leksykony, katechizmy, podręczniki metodyczne i pomoce do katechizacji, myśli i rozważania, aforystyka, śpiewniki. Ponadto istnieją liczne i popularne na rynku wydawniczym książki kształtujące styl życia według chrześcijańskich wartości, np.: poradniki kulinarne, publikacje dotyczące demonologii, sekt, innych religii, uzależnień, poradniki duchowe. Funkcję tę pełni także literatura piękna i książki dla dzieci i młodzieży.<sup>37</sup>

W kontekście imprimatur uwagę zwraca wypowiedź prezesa Katolickiej Agencji Informacyjnej (KAI) – Marcina Preciszewskiego, który mówiąc o mediach, w pewnym sensie odniósł się również do książki: *Media Katolickie to – z formalnego punktu widzenia – środki przekazu będące własnością Kościoła: Konferencji Episkopatu, diecezji bądź zakonów, lub też media pozostające w rękach określonych środowisk laikatu, lecz utrzymujące instytucjonalny związek z Kościołem i mające jego aprobatę w zakresie przekazywania nauki i doktryny Kościoła. Żadne środowisko nie ma zatem prawa do określania swego środka przekazu mianem „katolickiego” bez zgody władzy kościelnej. (...) wspólna dla wszystkich mediów katolickich jest służba Prawdzie i promocja określonych wartości*<sup>38</sup>. Zgodnie ze słowami prezesa KAI, pozwolenie na używanie przymiotnika „katolicki” pozostaje w ścisłym związku z oficjalną aprobatą Kościoła hierarchicznego.

Renek Mendruń z Biblioteki Analiz uważa, że nie ma dobrej definicji książki katolickiej, używa takich określeń, jak<sup>39</sup>: „oficyny bliskie myśli chrześcijańskiej, wartościom wypływającym z Pisma Świętego, (...) zgodne z doktryną Kościoła katolickiego” oraz zauważa, że „większość tytułów katolickich dostępnych jest niemal wyłącznie w specjalistycznych księgarniach”. Zwraca też uwagę na relację pomiędzy pojęciem książki katolickiej a religijnej. Pierwsze z nich jest węższe i choć obecnie na Zachodzie obserwuje się boom na książkę religijną, to w Polsce jednak pierwszeństwo mają pozycje katolickie. Szczegółowo to zagadnienie będzie omówione w dalszej części pracy.

Należy zaznaczyć, że problemy z terminologią nie pojawiły się nagle w przeciągu ostatniego dziesięciolecia. Podczas Warmińskich Dni Duszpasterskich w Olsztynie w ro-

---

<sup>37</sup>Szczegółowo tematyka publikacji została omówiona w Rozdziale 2. Kształtowanie oferty tytułowej przez wydawców książki katolickiej.

<sup>38</sup>*Po co są media katolickie?* „Gość Niedzielny” 2002, nr 9, dodatek: Azymut 2002, nr 3, s. 3.

<sup>39</sup>R. MENDRUŃ: *Biblia bestsellerem wszechczasów*. „Magazyn Literacki Książki” 2002, nr 3, s. 5-7.



ku 1987, poświęconych prasie i książce religijnej, w wielu wystąpieniach autorzy próbowali wyjść od wyjaśnienia pojęcia katolicyzmu publikacji drukowanych<sup>40</sup>. Oto przykład wypowiedzi ks. Stanisława Opieli: „Sugerowałem zatem, by jednak nie zatrzymywać się zbyt długo, w sumie [nad] akademickim roztrząsaniem problemu, na podstawie jakich kryteriów można coś uznać za katolicką prasę i książkę. Przynajmniej niektórzy z nas pamiętają jeszcze dyskusję na temat „katolickiej literatury”. Niewiele z niej było pożytku i to nie dlatego, że dyskusja była zła, tylko dlatego, iż wyróżniki okazały się mało ostre, płynne, niejednoznaczne, zależne w jakimś nieokreślonym stopniu i od autora i od stworzonego dzieła. W ostateczności nie przesądza nic, że katolicki autor napisze „niekatolicką” książkę i odwrotnie<sup>41</sup>.

Przytoczony fragment ilustruje trudności dotyczące ustalenia ostrych ram dla definicji książki katolickiej, z jakimi do tej pory zainteresowani w pełni się nie zmierzili. Definicja proponowana przez autorkę ma na celu zmianę tego stanu rzeczy.

W pracy starano się stosować szeroki punkt widzenia. Metoda bibliologiczna pozwala spojrzeć na system książki całościowo, nie tylko z punktu widzenia instytucji wydawniczych czy ekonomii. Celem pracy jest wyodrębnienie systemu książki religijnej z całego rynku oraz ukazanie jego niezależności i specyfiki. Autorka obserwowała tę odrębność podczas analizy: repertuaru, informacji zebranych od wydawców, opracowań bibliograficznych, a także poprzez czynne uczestnictwo w Targach Wydawców Katolickich i krytyczne podejście do niepełnych danych ekonomicznych. Typologia wydawnictw katolickich bierze swój początek w propozycji Kuby Frołowa oraz serwisu Opoka, poddano ją jednak analizie, a jej ostateczny kształt został nadany przy próbie sformułowania definicji książki wydawców katolickich. Następnie na tej podstawie stworzono katalog wydawców katolickich i ta swoista baza stanowi aneks do rozprawy.

Podczas klasyfikacji niektórych podmiotów wystąpiły problemy metodologiczne. Dotyczą one zdywersyfikowanej oferty tych edytorów, którzy w początkach swojej działalności wydawali publikacje stricte konfesyjne. Przy okazji 50-lecia Społecznego Instytutu Wydawniczego Znak (dalej Znak), jego prezes, Henryk Wojciechowski, mówił o tożsamości oficyny<sup>42</sup>: *Znak przez pierwsze 30-lecie był wydawcą katolickim, znanym z eseistyki, teologii, filozofii – zdecydowanie mniej z literatury pięknej, i nie wchodzącym*

---

<sup>40</sup>Prasa i książka religijna: materiały z IV Warmińskich Dni Duszpasterskich: Olsztyn 1987.08.27-29. Olsztyn 1990.

<sup>41</sup>Ks. S. OPIELA: *Funkcja informacyjna prasy i książki katolickiej*. W: *Prasa i książka religijna...*, s. 154.

<sup>42</sup>K. FROŁOW: *Z konieczności czynić cnotę: Rozmowa z Danutą Skórą – dyrektorem i członkiem zarządu oraz Henrykiem Woźniakowskim – prezesem Społecznego Instytutu Wydawniczego Znak*. „Biblioteka Analiz” 2009, Nr 243. Dostępny w Internecie: [http://rynek-ksiazki.pl/-biblioteka-analiz\\_1/wydanie\\_203/z-koniecznosci-czynic-cnote\\_19465.html](http://rynek-ksiazki.pl/-biblioteka-analiz_1/wydanie_203/z-koniecznosci-czynic-cnote_19465.html) [data dostępu: 07.01.2014].

w inne dziedziny. Od początku lat 90. postawiliśmy na wzrost i wejście na nowe terytory, nie rezygnując z książek dotychczasowego naszego głównego nurtu. Ale nie ma się co oszukiwać, nie były to decyzje łatwe i bezkonfliktowe. Najlepszy dowód, że w latach 90. powstał imprint *Signum*, w ramach którego ukazywały się m.in. książki dla dzieci, poradniki biznesowe. (...) książka par excellence katolicka jest nadal jednym z ważnych kierunków, moim zdaniem, harmonijnie wpisujących się w całość produkcji Znak.

Oficyna Znak nie jest jedyną, która sprawia problemy natury metodologicznej. Zróżnicowaną ofertę posiadają m.in. Wydawnictwo Jedność i Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu oferujące liczne tytuły dla najmłodszych. Część tych propozycji jest oczywiście katolicka, ale nie brakuje książek edukacyjnych. Wydawnictwo M niejednokrotnie wprowadzało do obiegu publikacje związane z polityką (np. o Janie Marii Rokicie, o braciach Kaczyńskich). Wydawcy katolicki eksperymentują i wzbogacają oferty na różne sposoby, natomiast wśród oficyn świeckich w ostatnich latach także zdarzyło się kilka bestsellerowych tytułów: album *Jan Paweł Wielki 1920-2005* (Świat Książki), *Cuda Jana Pawła II* Pawła Zuchniewicza (Prószyński i S-ka), *Świadcstwo* kard. Stanisława Dziwisza (TBA Komunikacja Marketingowa). Powyższe kwestie sprawiają, że opisanie systemu książki katolickiej nie jest proste, a sytuacja literatury konfesyjnej po roku 1989 ulega ciągłym przeobrażeniom.

Książka jako medium, nośnik treści o szerokim oddziaływaniu społecznym, funkcjonuje w ścisłym powiązaniu z instytucjami odpowiedzialnymi za jej dystrybucję i udostępnianie, a za pośrednictwem tychże z czytelnikiem<sup>43</sup>. Relacje, które zachodzą pomiędzy książką a wymienionymi ogniwami odnoszą się także do publikacji wydawanych przez edytorów katolickich. Możemy wymienić kilka czynników, które pozwalają wyodrębnić podsystem książki wydawców katolickich, będący integralną częścią współczesnego systemu książki. Pierwszym z nich jest istnienie grupy wydawców o wyraźnie określonym profilu. Charakterystyka edytorów proponujących swoim odbiorcom książkę katolicką została zaprezentowana we wstępie, należą do nich wydawnictwa: diecezjalne i seminarne; zakonne; katolickich instytucji naukowych; instytucji kościelnych, stowarzyszeń, ruchów i fundacji; edytorzy związani z tytułami prasowymi oraz katolickie wydawnictwa niezależne.

Drugim czynnikiem świadczącym o funkcjonowaniu takiego systemu jest fakt istnienia odrębnych instytucji upowszechniających książkę wydawców katolickich. Można je podzielić na trzy grupy, gdyż w zależności od charakteru są odpowiedzialne za inne aspekty upowszechniania. Księgarnie, hurtownie i księgarnie internetowe o profilu

---

<sup>43</sup>M. CZERWIŃSKI: *System książki*. Warszawa 1976, s. 24.

katolickim odpowiadają za dystrybucję. Biblioteki teologiczne, kościelne i parafialne udostępniają książkę katolicką zainteresowanym czytelnikom nieodpłatnie. Organizacje i serwisy informacyjne poświęcone książce wydawców katolickich (np. Stowarzyszenie Wydawców Katolickich) i serwisy informacyjne (np. Opoka, Katolik), promując książkę wydawców katolickich, służą informowaniu potencjalnych odbiorców i wszystkich zainteresowanych o nowych bądź interesujących publikacjach.

Kolejny element tego systemu stanowi publiczność o wyraźnym profilu, która nadaje książce katolickiej swoistą funkcję i ujawnia specyfikę odbioru. Można tutaj wymienić osoby duchowne, studentów katolickich uczelni wyższych, osoby świeckie zawodowo związane z instytucjami kościelnymi, osoby poszukujące określonej tematyki lektury<sup>44</sup>, osoby świadome własnej wiary i pragnące ją pogłębiać.

Ostatnim komponentem są instytucje, akcje i przedsięwzięcia promujące książkę wydawców katolickich. Należą do nich Targi Wydawców Katolickich, Kluby Książki Katolickiej, Stowarzyszenie Wydawców Katolickich, serwisy internetowe, m.in.: Jeremiasz.pl, Katolicka Agencja Informacyjna<sup>45</sup>, chrześcijański serwis Mateusz oraz narzędzia marketingowe, takie jak spotkania autorskie, wystawy książek katolickich, konferencje, imprezy cykliczne, listy bestsellerów katolickich księgarni, nagrody literackie i wiele innych.

---

<sup>44</sup>Podczas precyzowania terminu książki wydawców katolickich została poruszona także jej tematyka: teologiczna, filozoficzna, historyczna, dotycząca rodziny, małżeństwa, wychowania, formacji kapłańskie i zakonne, różnych kategorii duchowości i innych.

<sup>45</sup>eKAI: Kultura. Dostępny w Internecie: <http://ekai.pl/kultura/ksiazki/> [data dostępu: 18.06.2013].

# Rozdział 1

---

## Rozwój książki katolickiej w świetle statystyki Biblioteki Narodowej po roku 1990

---

Początki polskiej statystyki wydawnictw sięgają działań podjętych przez Władysława Bieńkowskiego (ówczesnego dyrektora Biblioteki Narodowej), które przyczyniły się do decyzji Ministerstwa Kultury i Sztuki oraz Głównego Urzędu Statystycznego o utworzeniu w Instytucie Bibliograficznym Biblioteki Narodowej Pracowni Statystyki Wydawnictw. Nastąpiło to 1 marca 1955 roku. Do zadań tej komórki narodowej księżnicy należy gromadzenie danych dotyczących produkcji wydawniczej (wydawnictwa zwarte i ciągłe) i opracowywanie ich dla Głównego Urzędu Statystycznego, Wojewódzkich Urzędów Statystycznych i UNESCO. Dyrektor biblioteki uznał, że wyniki opracowań statystycznych powinny być dostępne szerszemu gronu odbiorców, również mediom i osobom prywatnym, dlatego od samego początku są one publikowane w roczniku „Ruch Wydawniczy w Liczbach”. Każdy tom poprzedzają uwagi wstępne, zawierające omówienie zasad opracowania statystycznego wydawnictw i zachodzące w nim zmiany. Zazwyczaj ukazuje się on późną jesienią i prezentuje dane za rok poprzedni<sup>1</sup>.

Podstawę informacji stanowi nadsyłany do Biblioteki Narodowej egzemplarz obowiązkowy druków, opublikowanych przez wydawców mających swoją siedzibę na terenie kraju. Zestawienia ujmują wydawnictwa nieperiodyczne, zarejestrowane w bieżącej bibliografii narodowej – Przewodniku Bibliograficznym, Urzędowym Wykazie Druków

---

<sup>1</sup>K. BAŃKOWSKA-BOBER: *Statystyka wydawnictw w Polsce. Historia, metodyka i organizacja*. Warszawa 2006, s. 7-8, 32-35; Rocznik od roku 2004 jest dostępny w wersji elektronicznej pod adresem: <http://www.bn.org.pl/zasoby-cyfrowe-i-linki/elektroniczne-publicacje-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach>, a od 2010 zrezygnowano z jego wersji drukowanej.

Wydanych w RP. Z kolei wydawnictwa periodyczne (gazety i czasopisma) opracowywane są na podstawie kolejnych zeszytów nadsyłanych jako egzemplarz obowiązkowy. Przyjęty w roczniku podział na wydawnictwa nieperiodyczne i periodyczne stosowany jest zgodnie z zaleceniami UNESCO dotyczącymi statystyki wydawnictw oraz z normą europejską ISO/FDIS 9707:2008.

Problemem współczesnej statystyki wydawniczej są narastające trudności w uzyskaniu informacji od samych wydawców. Nie wszyscy dostarczają do Biblioteki Narodowej druki oraz dodatkowe dane, co uniemożliwia podawanie rzetelnych opracowań niektórych badań statystycznych. Przyczyn tej sytuacji jest kilka. Od roku 1989, a zwłaszcza po likwidacji Głównego Urzędu Kontroli Publikacji i Widowisk (czerwiec 1990 roku) polski rynek wydawniczy poddał się licznym zmianom. Po pierwsze, gwałtownie wzrosła liczba oficyn. Po drugie, nowe warunki gospodarczo-ekonomiczne spowodowały, że książka stała się zwykłym towarem, a nie jak dotąd „dobrem kultury”. W dalszej kolejności, szefowie wielu nowych wydawnictw nie znali prawa o egzemplarzu obowiązkowym, bo nikt też tej znajomości od nich nie wymagał. Następną kwestią jest źle pojęta ochrona przed konkurencją, co zaowocowało utajnianiem informacji o nakładach oraz swoboda dotycząca ustalania cen – niedrukowanie tej informacji na książkach przez niektóre oficyny<sup>2</sup>.

Pewne wnioski dotyczące polskiej statystyki wydawniczej nasuwają się również, jeśli porównamy dane Biblioteki Narodowej z tymi podawanymi w mediach, m.in. przez Łukasza Gołębiewskiego w „Rzeczpospolitej”, gdzie od 1996 roku publikuje on rankingi wydawców i oceny rynku wydawniczego w Polsce. Od roku 1998 ukazują się także kolejne edycje *Rynku książki w Polsce* w postaci zwartych tomów omawiających, również w sposób liczbowy, sektor wydawniczy, księgarstwo hurtowe i detaliczne, biblioteki i czytelnictwo. Porównując opracowania Pracowni Statystyki Wydawnictw Instytutu Bibliograficznego Biblioteki Narodowej, z tymi prowadzonymi przez Łukasza Gołębiewskiego, zauważymy spore rozbieżności. Krystyna Bańkowska-Bober podaje dla przykładu następujące dane: *W roku 1996 zarejestrowaliśmy (BN) 14 234 tytuły książek, „Rzeczpospolita” na podstawie odpowiedzi na ankietę skierowaną do wydawców informowała o liczbie 19 000; w roku 1997 odpowiednio było to – 16 315 i 21 000; w 1998 – 16 597 i 25 000 i w roku 1999 – 19 480 i 24 500*<sup>3</sup>. Jako powód tak dużych różnic autorka wskazuje stosowaną w Bibliotece Narodowej selekcję materiału (co uważa za mniej znaczące), oraz nierozróżnianie przez wydawców pojęć dotyczących kolejnych wydań

---

<sup>2</sup>K. BAŃKOWSKA-BOBER: *Statystyka produkcji wydawniczej*. „Biuletyn Informacyjny Biblioteki Narodowej” 2000, nr 1/2, s. 26-30.

<sup>3</sup>Ibidem, s. 28.

i dodruków. Ta druga przyczyna została przez nią dobrze zilustrowana przykładami. Oto jeden z nich: *...z danych „Rzeczpospolitej” wynika, że oficyna Didasko (w 1999 roku) wydała 65 tytułów, z których zarejestrowaliśmy 5 – po telefonie do wydawcy i szczegółowej analizie wszystkich pozycji okazało się, że tak naprawdę tytułów było 14, a 65 znajduje się w ich handlowej ofercie*<sup>4</sup>.

Wiarygodność danych prezentowanych w polskiej statystyce wydawnictw jest więc uwarunkowana elementami wewnątrznie zależnymi od Biblioteki Narodowej oraz zewnętrznymi związanymi z podejściem samych wydawców, sytuacją na rynku książki i rzetelnością w wywiązywaniu się z ustawy o egzemplarzu obowiązkowym.

Na potrzeby rozprawy Zakład Statystyki Wydawnictw Biblioteki Narodowej sporządził wykaz wszystkich wydawców katolickich, którzy przysłali swoje pozycje z informacją o ilości tych publikacji. Zestawienie dotyczyło roku 2010, a lista obejmowała 99 podmiotów. Anna Seroka z Biblioteki Narodowej stwierdza: *wydawcy wydający książkę katolicką, którzy są umieszczeni w pierwszej tablicy, to ci którzy przysłali do Biblioteki Narodowej największą ilość pozycji (spełniają kryterium ilościowe, np. od 45 pozycji zarejestrowanych przez statystykę). Trudno odpowiedzieć na pytanie czy to 100% wydanej literatury w danym roku. Nie zawsze, książki przysłane w końcu roku często są rejestrowane już w następnym roku. Nie możemy też dokładnie określić jaki procent wydawców „katolickich” wywiązuje się z przysyłania egzemplarza obowiązkowego*<sup>5</sup>. Podjęto próbę weryfikacji statystyki danymi uzyskanymi bezpośrednio od wydawców. Jednak nie we wszystkich okolicznościach było to możliwe, gdyż edytorzy niechętnie podają liczby dotyczące nakładów.

### **Analiza obecności książki katolickiej na rynku wydawniczym w oparciu o statystykę Biblioteki Narodowej**

Rocznik „Ruch Wydawniczy w Liczbach” składa się z trzech części: wydawnictwa zwarte, wydawnictwa ciągłe i zestawienia retrospektywne. Tablice początkowe dwóch pierwszych części przedstawiają dane dotyczące wszystkich wydanych tytułów, m.in. według wydawców i miejsca wydania. W dalszych tablicach znajdują się szczegółowe informacje na temat poszczególnych typów wydawnictw. Dla książki katolickiej wyselekcjonowałam informacje za lata 1997-2011 i zestawiałam w celu porównania. Omówiłam wybrane tablice z zachowaniem ich numeracji stosowanej przez księżnicę narodową, a następnie odniosłam się do liczb powiązanych z publikacjami wydawców katolickich.

---

<sup>4</sup>Ibidem, s. 28.

<sup>5</sup>A. SEROKA: Temat: Książki wydawców religijnych/głównie katolickich/ [on-line]. Do Joanna Wróbel. 19.09.2011 [cytowany 09 styczeń 2014]. Korespondencja osobista.

Statystyka Biblioteki Narodowej nie opracowuje odrębnie książek wydawców katolickich. Podczas prac nad niniejszą analizą korzystano z danych dotyczących religii i religioznawstwa oraz teologii. Są to pojęcia szersze, gdyż uwzględniają także publikacje innych wyznań niż katolicyzm. Zdecydowano się na takie rozwiązanie ze względu na fakt, że wyznanie katolickie jest w Polsce dominującym, podobnie jak liczba oficyn zajmujących się tą tematyką.

**Tabl. 3. Książki według treści – tytuły**

Zestawienie to prezentuje książki według treści i typów w podziale na tytuły, arkusze druku i nakład. Podział według treści stosowany jest w roczniku od 1955 roku i obecnie obowiązuje w nim klasyfikacja według 25 grup UNESCO. Taka analiza pozwala stwierdzić, które kierunki wiedzy się rozwijają i jak szybko ten rozwój postępuje. Na przestrzeni kilkudziesięciu lat obserwowano wielokrotny wzrost liczby tytułów, jaki dokonał się m.in. dla książek z zakresu religii i religioznawstwa. Kryterium treści książek zostało skrzyżowane z typami odzwierciedlającymi ich przeznaczenie czytelnicze, co umożliwia określenie adresatów prezentowanej produkcji. Dzięki temu można odpowiedzieć sobie na pytanie, czy były to publikacje związane z rozwojem danej dziedziny nauki, czy raczej była to reakcja na zapotrzebowanie popularyzacji tej dziedziny.

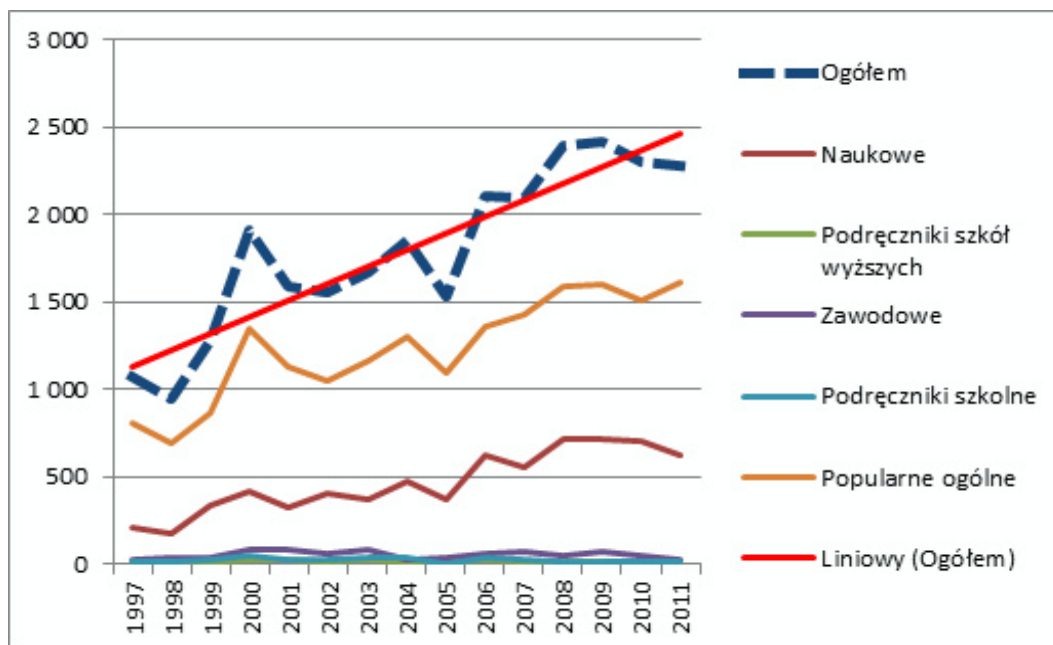
**Tabela 1.** Książki według treści: Religia. Teologia – Tytuły

Rok	Ogółem	Naukowe	Podręczniki szkół wyższych	Zawodowe	Podręczniki szkolne	Popularne ogólne
1997	1 078	210	15	31	19	803
1998	944	179	11	37	19	698
1999	1 274	336	10	37	23	868
2000	1 916	417	26	79	45	1 349
2001	1 585	324	24	84	26	1 127
2002	1 557	402	16	67	28	1 044
2003	1 674	367	22	79	37	1 169
2004	1 854	471	20	26	35	1 302
2005	1 532	372	16	35	9	1 100
2006	2 110	630	23	60	41	1 356
2007	2 099	556	14	68	31	1 430
2008	2 394	717	21	45	18	1 593
2009	2 418	717	12	71	21	1 597
2010	2 297	710	16	54	13	1 504
2011	2 281	619	15	22	14	1 611
<b>Razem:</b>	<b>27 013</b>	<b>7 027</b>	<b>261</b>	<b>795</b>	<b>379</b>	<b>18 551</b>

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

Z tabeli 1. wynika, że najwięcej tytułów z dziedziny religii i teologii ukazało się w 2009 roku – 2 418. W tym i następnym roku wydano również więcej niż w pozostałych latach książek naukowych – 717 tyt. i publikacji popularnych – 1 356 tyt. (2009). Analogicznie podręczniki dla szkół wyższych przeważały w roku 2000 – 26 tyt. i podręczniki szkolne – 45 tyt., a zawodowe w 2001 – 84 tyt. Każdego roku z dziedziny religii i teologii dominowały książki popularne ogólne, co oznacza, że wydawcy katolicki budując swoją ofertę starają się przede wszystkim popularyzować literaturę religijną w polskim społeczeństwie. Na wysokim poziomie utrzymuje się także oferta tytułowa publikacji o charakterze naukowym, co ma związek z prężnie działającymi ośrodkami kształcenia teologów i duchownych oraz faktem, że poza oficynami katolickich uczelni wyższych w kraju działają jeszcze inne oficyny o takim charakterze, m.in.<sup>6</sup>: Chrześcijański Instytut Biblijny (1984), Polskie Towarzystwo Tomasz z Akwinu (1998), Centrum Myśli Jana Pawła II (2006), Instytut Papieża Jana Pawła II (2006), Instytut Dialogu Międzykulturowego im. Jana Pawła II w Krakowie (2009).

**Wykres 1.** Książki według treści: Religia. Teologia – Tytuły



**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

<sup>6</sup>W nawiasach podano rok powstania wydawnictwa.



W wykresie 1. przedstawiono, jak w badanym okresie kształtowała się liczba tytułów – łącznie dla wszystkich kategorii (linia przerywana) oraz dla każdej z nich osobno. Na przestrzeni ostatnich lat rynek wydawniczy książki religijnej odpowiada głównie zapotrzebowaniu na popularyzację wiedzy z dziedziny teologii i religii (książki popularne ogólne – 18 551 tyt.), a w dalszej kolejności wiąże się z rozwojem nauki (książki naukowe – 7 027 tyt.). Wymienione kategorie rejestrują najwięcej tytułów każdego roku oraz wykazują tendencję wzrostową (czerwona linia trendu), pomimo niewielkich spadków, m.in. w latach 1998, 2001, 2005, 2010.

**Tabl. 3. Książki według treści – egzemplarze w tysiącach**

Zestawienie, w którym wyodrębniono liczbę egzemplarzy, w niezmiennym kształcie ukazuje się od 1967 roku. Taka analiza pozwala na wyciągnięcie wniosków dotyczących rozwoju nauki i kultury, co jest zależne od decyzji administracji państwowej uwarunkowanej sytuacją polityczną i społeczną. Po 1989 roku obserwujemy gwałtowny wzrost liczby tytułów przy jednoczesnym spadku nakładów, dotyczy to także wydawców katolickich.

**Tabela 2. Książki według treści: Religia. Teologia – Egzemplarze w tysiącach**

Rok	Ogółem	Naukowe	Podręczniki szkół wyższych	Zawodowe	Podręczniki szkolne	Popularne ogólne
1997	4 444,5	192,8	10,1	53,1	343,1	3 845,4
1998	2 746,8	165,5	11,5	66,9	150,0	2 352,9
1999	3 852,8	294,6	6,2	64,1	410,7	3 077,2
2000	6 575,3	358,6	39,8	142,7	673,2	5 361,0
2001	3 883,8	229,4	22,3	127,4	646,0	2 858,7
2002	3 600,7	258,0	15,2	84,8	710,5	2 532,2
2003	4 013,2	278,4	13,7	100,6	556,0	3 064,5
2004	3 925,3	291,2	15,6	28,9	750,5	2 839,1
2005	4 414,0	251,2	14,8	54,6	63,5	4 029,9
2006	5 426,7	352,6	14,8	81,5	675,7	4 302,1
2007	4 283,1	331,7	9,2	78,0	207,8	3 656,4
2008	4 531,8	282,8	18,9	50,4	107,3	3 972,4
2009	4 822,9	357,3	7,5	111,9	199,5	4 146,7
2010	3 842,5	368,5	10,9	72,3	164,6	3 226,2
2011	4 211,9	321,5	12,0	22,6	145,9	3 709,9
Razem:	64 575,3	4 334,1	222,5	1 139,8	5 804,3	52 974,6

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

Jak wynika z Tabeli 2., dla książek z zakresu religii i teologii pod względem wysokości nakładu zdecydowanie najlepszy był rok 2000 – 6 575,3 tys. egz. Jedynie podręczniki szkolne uzyskały największą liczbę egzemplarzy w 2004 roku – 750,5 tys. egz., a na-

ukowe w 2010 – 368,5 tys. egz. Analizując to zestawienie całościowo, obserwujemy, że największe nakłady na przestrzeni ostatnich lat osiągnęły książki popularne ogólne – 52 974,6 tys. egz., a w następnej kolejności podręczniki szkolne – 5 804,3 tys. egz. Należy zwrócić uwagę, że publikacje popularne o charakterze ogólnym przy największej liczbie tytułów osiągają również największe nakłady. Zupełnie inaczej wygląda kwestia pozycji naukowych, gdzie przy stosunkowo wysokiej liczbie tytułów odnotowuje się niskie nakłady, oraz podręczników szkolnych – duże nakłady dla niewielkiej liczby tytułów (podręczniki i pomoce katechetyczne). Sytuacja ta w dużym uproszczeniu jest uzasadniona powszechnością nauczania religii w szkołach oraz zdecydowanie mniejszym w skali kraju zapotrzebowaniem na liczbę egzemplarzy książek dla studentów, kadry naukowej, teologów.

### Tabl. 8. Książki według kraju pochodzenia

W tabelicy ósmej prezentowane są książki według kraju pochodzenia oryginału utworu oraz według treści, w osobnych zestawieniach dla tytułów, arkuszy druku i wysokości nakładów. Po raz pierwszy opublikowano ją w roku 1977. Tablica ta obrazuje, jakich dziedzin wiedzy dotyczą dzieła pochodzące z danego kraju i jak układają się proporcje z poszczególnych dziedzin pomiędzy tłumaczeniami literatury pięknej a pozycjami z zakresu piśmiennictwa naukowego. Dane zebrano w Tabeli 3 i 4 (odpowiednio dla liczby tytułów i egzemplarzy w tysiącach).

Tabela 3. Książki według kraju pochodzenia: Religia. Teologia – Tytuły

Rok	Ogółem	Polska	Polska i inny	Australia	Belgia	Francja	Hiszpania	Kanada	Niemcy	Rosja	USA	Szwecja	Watykan	Wielka Brytania	Włochy	Kilka krajów	Inne kraje
1997	1 078	778	32	—	—	42	—	—	29	—	50	—	—	26	37	2	82
1998	944	732	20	—	—	27	1	2	14	—	62	—	—	22	12	4	48
1999	1 274	938	41	—	—	43	—	—	20	—	51	—	—	32	28	2	119
2000	1 916	1 048	60	—	—	138	13	3	106	8	150	—	—	71	148	7	164
2001	1 585	1 098	50	—	—	60	19	1	66	3	47	—	—	29	98	10	104
2002	1 557	1 094	44	—	—	56	18	1	60	1	56	—	40	25	99	3	60
2003	1 674	1 110	39	2	—	53	23	3	77	3	86	4	—	45	112	4	113
2004	1 854	1 281	43	1	—	54	17	3	75	3	96	—	—	40	110	11	120
2005	1 532	1 018	50	1	—	46	16	3	66	7	65	—	66	23	93	7	71
2006	2 110	1 407	87	—	5	55	26	4	65	3	88	—	100	48	116	12	94
2007	2 099	1 364	66	1	—	67	22	2	68	4	114	—	74	57	109	19	132
2008	2 394	1 593	78	4	—	90	24	9	101	9	107	—	—	58	108	17	196
2009	2 418	1 565	70	—	—	85	31	—	110	6	125	5	95	59	127	9	131
2010	2 297	1 576	79	2	—	89	25	2	61	6	147	4	—	36	89	12	169
2011	2 281	1 652	76	4	—	58	34	8	46	4	80	2	—	29	98	9	181
<b>Razem:</b>	<b>27 013</b>	<b>18 254</b>	<b>835</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>963</b>	<b>269</b>	<b>31</b>	<b>964</b>	<b>57</b>	<b>1 324</b>	<b>4</b>	<b>280</b>	<b>600</b>	<b>1 384</b>	<b>128</b>	<b>1 784</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

**Tabela 4.** Książki według kraju pochodzenia: Religia. Teologia – egzemplarze w tysiącach

Rok	Ogółem	Polska	Polska i inny kraj	Australia	Belgia	Francja	Hiszpania	Kanada	Niemcy	Rosja	USA	Szwecja	Watykan	Wielka Brytania	Włochy	Kilka krajów	Inne kraje
1997	4444,5	2900,5	79,6	-	-	166,4	-	-	101,8	-	216,7	-	-	263	237,1	18	461,4
1998	2746,8	1884,5	27,1	-	-	64,7	0,1	9,9	117	-	366,4	-	-	90	36	12,5	138,6
1999	3852,8	2641,9	87,7	-	-	120,5	-	-	73	-	156,6	-	-	139,8	104,7	10,5	518,1
2000	6575,3	3110,6	95	-	-	391,3	33,5	7	314,8	14	379,8	-	-	228,8	445,3	20	1535,2
2001	3883,8	2592	75	-	-	135,5	37,5	2	120,6	5,5	134,9	-	-	76,9	206,5	30,8	466,6
2002	3600,7	2391,5	83,9	-	-	99,1	34,6	2	130,5	1,5	280,6	-	147,1	76,8	227,8	4	121,3
2003	4013,2	2570,5	33,1	2,5	-	99,4	50,8	4,5	156,6	5	239,4	6	-	110	221,4	11,7	502,3
2004	3925,3	2805,4	38,4	0,5	-	82	32,9	4	131,5	3,5	175,3	-	-	116,5	238,2	22,8	274,3
2005	4414	2609,7	57,2	1	-	97,4	26	5	211,8	7	146	-	731,3	87,6	291,5	15,7	126,8
2006	5426,7	2949,9	399,6	-	14,2	108,2	66,1	4,8	168,5	3,5	212,7	-	690,8	146,9	240	42,1	379,4
2007	4283,1	2427,1	124,5	0,6	-	149,7	66,8	2	123,9	5,4	228,4	-	284,5	131,4	338,4	43	357,4
2008	4531,8	2521,2	86,3	5,5	-	141,3	49,2	34,2	192	10,3	222,8	-	-	155,4	434,3	50,4	628,9
2009	4822,9	2524,5	50,3	-	-	156,5	51,7	-	271,8	7,3	251,8	6	618,5	159,5	432,5	15,5	277
2010	3842,5	2327,2	65,5	3	-	217,8	69,9	4,5	128,1	4,4	254,3	11	-	127	196,5	24,1	409,2
2011	4211,9	2776,9	133,6	8,7	-	151,9	60,2	18,5	89,1	3,1	211,5	1,1	-	57,9	204,4	24,2	470,8
Razem:	64575,3	39033,4	1436,8	10,1	14,2	2181,7	579,3	75,4	2331	70,5	3477,2	6	1853,7	1967,5	3854,6	345,3	6667,3

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

Z dziedziny religii i teologii oryginały ukazujących się publikacji najczęściej pochodzą z Polski – 18 254 tyt. (tabela 3). Przeważają też pod względem wysokości nakładów – 39 033,4 tys. egz. (tabela 4). W dalszej kolejności, jeśli chodzi o liczbę tytułów, znajdują się Włochy – 1 384 tyt., Stany Zjednoczone – 1324 tyt., Niemcy – 964 tyt., Francja – 963 tyt., Polska i inny kraj – 835 tyt., Wielka Brytania – 600 tyt., Watykan – 280 tyt., Hiszpania – 269 tyt. i pozostałe. Natomiast wysokości nakładów różnią się nieco od powyższego rankingu, przyjmując następującą kolejność: Włochy – 3 854,6 tys. egz., Stany Zjednoczone – 3 477,2 tys. egz., Niemcy – 2 331,0 tys. egz., Francja – 2 181,7 tys. egz., Wielka Brytania – 1 967,5 tys. egz., Watykan – 1 853,7 tys. egz., Polska i inny kraj – 1 436,8 tys. egz. i pozostałe. Zestawienie nie uwzględnia wszystkich krajów odnotowanych przez „Ruch Wydawniczy w Liczbach” ze względów praktycznych.

#### **Tabl. 9. Książki z podziałem na oryginalne i tłumaczenia**

Tablica 9 otwiera grupę tzw. tablic językowych, opracowano ją w 1962 roku, ale dopiero od 1973 uwzględnia wysokości nakładów, gdyż pierwotnie prezentowała tylko dane ze względu na treść. Jej obecny układ pozwala na analizę proporcji pomiędzy liczbą publikowanych oryginalnych polskich wydawnictw naukowych, zawodowych, popularnych i literatury pięknej w stosunku do prac tłumaczonych.

**Tabela 5.** Książki z podziałem na oryginalne i tłumaczenia: Religia. Teologia – tytuły i egzemplarze w tysiącach

Rok	Tytuły					Egzemplarze w tysiącach				
	Ogółem	wydane w języku oryginału			Tłumaczone	Ogółem	wydane w języku oryginału			Tłumaczone
		polskim	polskim i obcym	obcym			polskim	polskim i obcym	obcym	
1997	1 078	760	18	8	292	4 444,5	2 943,1	20,9	7,0	1 473,5
1998	944	721	12	2	209	2 746,8	1 862,5	14,5	1,0	868,8
1999	1 274	899	30	4	341	3 852,8	2 646,4	27,3	4,4	1 174,7
2000	1 916	988	31	18	879	6 575,3	3 015,9	28,5	12,4	3 518,5
2001	1 585	1 050	23	15	497	3 883,8	2 520,5	20,6	16,3	1 326,4
2002	1 557	1 060	29	5	463	3 600,7	2 375,6	19,9	1,8	1 203,4
2003	1 674	1 087	25	13	549	4 013,2	2 560,4	10,7	8,5	1 433,6
2004	1 854	1 221	40	6	587	3 925,3	2 746,2	32,2	4,2	1 142,7
2005	1 532	994	37	11	490	4 414,0	3 019,9	26,0	6,5	1 361,6
2006	2 110	1 384	50	9	667	5 426,7	3 527,8	32,1	11,0	1 855,8
2007	2 099	1 283	52	13	751	4 283,1	2 373,3	55,6	7,7	1 846,5
2008	2 394	1 518	52	27	797	4 531,8	2 652,4	37,7	13,2	1 828,5
2009	2 418	1 496	56	18	848	4 822,9	2 809,1	34,4	10,0	1 969,4
2010	2 297	1 514	62	17	704	3 842,5	2 321,8	29,8	8,4	1 482,5
2011	2 281	1 607	49	21	604	4 211,9	2 826,9	26,5	10,2	1 348,3
Razem:	27 013	17 582	566	187	8 678	64 575	40 202	417	123	23 834

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

Każdego roku pod względem liczby tytułów i wysokości nakładu przeważają książki z kategorii religia i teologia, wydane w języku polskim będącym językiem oryginalnym (tabela 5). Najwięcej pozycji wydanych w języku oryginału (polskim i obcym) odnotowano w 2010 roku – 62 tys. w nakładzie 29,8 tys. egz. Dla książek wydanych tylko w języku obcym najlepszy był rok 2008 – 28 tytułów, jednak najwyższy nakład uzyskano w roku 2001 – 16,3 tys. egz. Wysoką liczbę tłumaczeń odnotowano w 2000 – 879 tyt. o łącznym nakładzie 3 518,5 tys. egz. i w 2009 roku – 848 tyt. i 1969,4 tys. egz.

Z tablicą 9 związane są trzy kolejne: Tablica 10 – dotycząca książek wydanych w obcym języku oryginału; Tablica 11 – dotycząca tłumaczeń na język polski; Tablica 12 – prezentująca tłumaczenia na języki obce. Aby mieć pełen obraz warto porównywać ze sobą dane zamieszczone we wszystkich tzw. tablicach językowych.

W tabeli 6. zawarto dane dotyczące książek tłumaczonych na język polski.

**Tabela 6.** Tłumaczenia na język polski: Religia. Teologia – tytuły

Rok	Język oryginału														
	ogółem	angielski	czeski	duński	francuski	grecki starożytny	hiszpański	holenderski	łacina	niemiecki	rosyjski	szwedzki	włoski	kilka języków	inne
1997	283	90	-	-	45	-	10	-	11	45	2	1	43	20	16
1998	209	102	-	-	31	b.d.	1	-	-	24	1	3	16	11	20
1999	317	87	-	-	45	b.d.	10	-	30	39	-	1	43	25	37
2000	847	271	-	-	152	b.d.	14	-	36	127	10	5	165	16	51
2001	475	103	2	-	71	b.d.	23	-	36	71	3	1	105	27	33
2002	441	91	-	-	60	6	16	-	18	78	2	-	124	20	26
2003	527	152	6	-	61	-	22	-	21	84	4	4	125	15	33
2004	547	176	2	-	61	9	21	-	25	81	1	4	119	15	33
2005	467	113	-	-	47	15	15	-	20	81	6	-	123	26	21
2006	611	168	2	-	61	4	29	-	42	84	2	-	129	58	32
2007	681	204	6	-	73	36	25	1	33	86	5	-	126	60	26
2008	724	218	1	-	111	16	26	2	34	112	7	1	135	32	29
2009	767	223	4	-	92	13	34	-	37	115	5	4	154	50	36
2010	657	223	3	-	101	10	33	5	27	77	3	4	111	35	25
2011	543	143	1	1	70	-	35	-	20	61	5	1	113	51	42
Razem:	8096	2364	27	1	1081	109	314	8	390	1165	56	29	1631	461	460

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

W przypadku tłumaczeń na język polski w badanym okresie wydawcy publikujący książki z dziedziny religii i teologii najczęściej rozpowszechniali przekłady z języka angielskiego – 2 364 tyt., języka włoskiego – 1 631 tyt., języka niemieckiego – 1 165 tyt. i języka francuskiego – 1 081 tyt. Najwięcej przekładów książek wydawców katolickich ukazało się w roku 2000 – 847 tyt. ogółem. Wtedy też dla większości języków, z wyjątkiem hiszpańskiego i łacińskiego, odnotowano wzrost liczby tytułów.

### **Tabl. 13. Książki naukowe według treści**

Książki naukowe ze względu na treść dzielone są według przeznaczenia czytelniczego na cztery grupy wydawnictw: teoretyczno-badawcze (wyniki badań naukowych, prace doktorskie i habilitacyjne, monografie, materiały konferencyjne i in.), kształcenia i doskonalenia podyplomowego (kompedia i podręczniki), podręczniki szkół wyższych (skrypty uczelniane, zbiory tekstów obcojęzycznych) i wydawnictwa informacyjne (encyklopedie, słowniki, bibliografie itp.).

Wśród wszystkich publikacji naukowych według treści religijnych i teologicznych (tabela 7) najwięcej tytułów ukazuje się dla prac teoretyczno-badawczych – 5 842 tyt. Od 2006 roku obserwujemy wzrost liczby tytułów naukowych głównie teoretycznych i z zakresu kształcenia podyplomowego. Podręczniki i wydawnictwa informacyjne w badanym okresie utrzymują się na tym samym poziomie - ok. 11-20 tytułów na rok.

**Tabela 7.** Książki naukowe według treści: Religia. Teologia – tytuły i egzemplarze w tysiącach

Rok	Tytuły					Egzemplarze				
	Ogółem	Teoretyczno-badawcze	Kształc. i doskonalenie podyplom.	Podręczniki szkół wyższych	Wydawnictwa informacyjne	Ogółem	Teoretyczno-badawcze	Kształc. i doskonalenie podyplom.	Podręczniki szkół wyższych	Wydawnictwa informacyjne
1997	225	177	22	15	11	202,9	127,8	53,2	10,1	11,8
1998	190	149	16	11	14	177,0	108,7	29,3	11,5	27,5
1999	346	295	28	10	13	300,8	235,7	45,5	6,2	13,4
2000	443	328	68	26	21	398,4	201,5	131,8	39,8	25,3
2001	348	264	43	24	17	251,7	158,6	59,0	22,3	11,8
2002	418	345	48	16	9	273,2	187,9	62,0	15,2	8,1
2003	389	317	35	22	15	292,1	216,3	38,7	13,7	23,4
2004	491	385	69	20	17	306,8	196,7	84,5	15,6	10,0
2005	388	308	54	16	10	266,0	173,2	71,0	14,8	7,0
2006	653	523	89	23	18	367,4	250,7	88,6	14,8	13,3
2007	570	445	95	14	16	340,9	211,2	109,7	9,2	10,8
2008	738	601	105	21	11	401,7	267,8	103,2	18,9	11,8
2009	729	605	92	12	20	364,8	266,5	82,2	7,5	8,6
2010	726	589	107	16	14	379,4	252,5	110,9	10,9	5,1
2011	634	511	90	15	18	333,5	216,9	95,7	12,0	8,9
Razem:	7 288	5 842	961	261	224	4 656,6	3 072,0	1 165,3	222,5	196,8

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

#### **Tabl. 22. Książki popularne ogólne według treści<sup>7</sup>**

Zawartość publikacji podzielono bardzo szczegółowo na osiem podgrup: literatura faktu; wydawnictwa popularnonaukowe; wydawnictwa dla dzieci i młodzieży; encyklopedie, słowniki, rozmówki; przewodniki; poradniki; Biblia, modlitewniki; wydawnictwa okolicznościowe. Dane zestawiono w tabeli 8 i przedstawiono graficznie na wykresie 2.

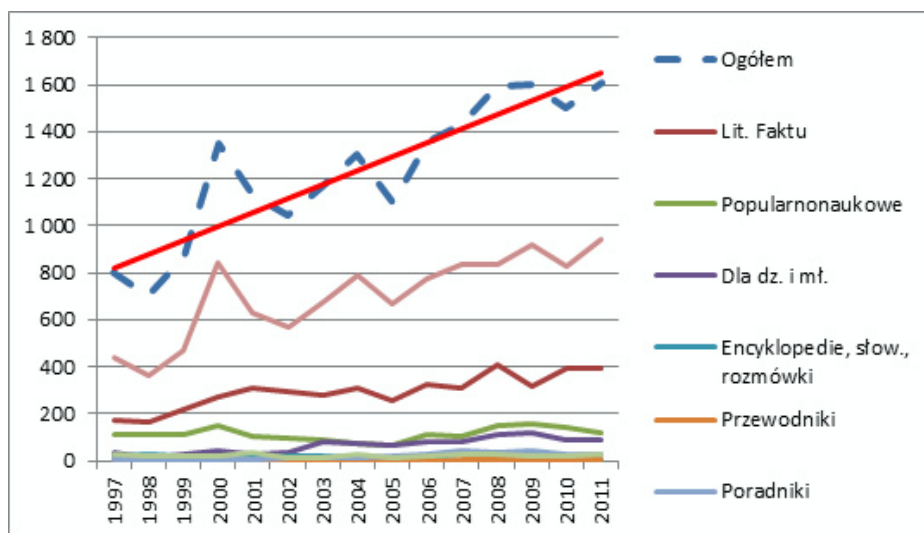
**Tabela 8.** Książki popularne ogólne według treści: Religia. Teologia – tytuły

Rok	Ogółem	Lit. Faktu	Popularnonaukowe	Dla dz. i ml.	Encyklopedie, słow., rozmówki	Przewodniki	Poradniki	Biblia, modlitewniki	Okolicznościowe
1997	803	172	111	31	17	6	1	438	27
1998	698	166	107	13	26	2	2	363	19
1999	868	220	113	24	17	1	3	471	19
2000	1 349	268	149	39	18	3	4	846	22
2001	1 127	310	105	28	14	3	2	629	36
2002	1 044	297	96	32	22	2	11	570	14
2003	1 169	282	86	78	19	-	12	678	14
2004	1 302	310	73	75	11	4	13	791	25
2005	1 100	252	68	65	13	-	18	669	15
2006	1 356	326	113	78	14	-	25	777	23
2007	1 430	308	102	82	25	2	44	837	30
2008	1 593	405	147	111	26	4	35	838	27
2009	1 597	317	155	119	25	2	39	920	20
2010	1 504	391	138	86	13	4	25	828	19
2011	1 611	392	121	88	4	2	30	945	29
Razem:	18 551	4 416	1 684	949	264	35	264	10 600	339

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

<sup>7</sup>Inna numeracja w latach 2010 – Tablica 19, 2011 – Tablica 18.

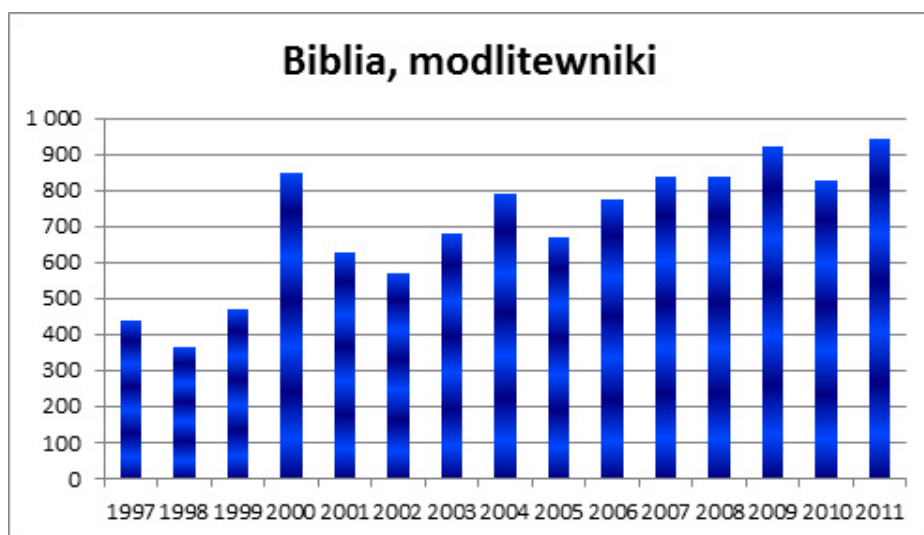
**Wykres 2.** Książki popularne ogólne według treści: Religia. Teologia – tytuły



**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

Najwyższe wartości odnotowano dla podgrupy Biblia, modlitewniki, ich treści są dedykowane osobom o światopoglądzie religijnym. Wykres 3. ilustruje, jak w poszczególnych latach kształtowała się liczba tytułów dla tego typu wydawnictw. Pomimo spadków w latach 1998, 2002, 2005 czy 2010 obserwujemy wzrost liczby wydań. W roku 2011 Biblioteka Narodowa odnotowała 945 tytułów związanych z biblistyką i modlitwą, uzyskując najwyższy wynik w badanym okresie.

**Wykres 3.** Liczba tytułów w podgrupie Biblia, modlitewniki w latach 1997-2011



**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie roczników „Ruch Wydawniczy w Liczbach” z lat 1997-2011.

Kolejne pod względem popularności są publikacje opatrzone etykietą *literatura faktu*. W tym przypadku również utrzymuje się trend wzrostowy, jednak przebiega on mniej dynamicznie, a najwyższy wskaźnik odnotowano w 2008 roku – 405 tytułów. Należy pamiętać, że literatura faktu, podobnie jak wydawnictwa popularnonaukowe, adresowana jest do szerokiego kręgu odbiorców. Książki o charakterze popularnym utrzymują się na podobnym poziomie, a liczba tytułów waha się od 68 (2005 rok) do 155 (2009 rok).

Ciekawie prezentują się wyniki dla książek skierowanych dla dzieci i młodzieży do lat czternastu. W latach 1997-2002 liczba tytułów ukazujących się w ciągu roku nie przekraczała 32. Dopiero od 2003 roku obserwujemy ponad 100% wzrost tego typu wydawnictw. I tak w kolejnych latach począwszy od roku 2003 ich liczba utrzymuje się pomiędzy wartością 65 tyt. (2005 rok) a 119 (2009 rok). Rzeczywiście oferta wydawców katolickich dla młodego odbiorcy z roku na rok staje się coraz bogatsza, a niektóre oficyny wyspecjalizowały się w literaturze dziecięcej, m.in. Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, Jedność. Bogatą ofertę ma również WAM, Wydawnictwo Święty Wojciech, Edycja Świętego Pawła, Rafael.

Kolejne dwie podgrupy wydawnictw to *encyklopedie, słowniki i rozmówki oraz przewodniki*. Według danych statystycznych ksiąźnicy narodowej ukazuje się niewiele tytułów. W przypadku przewodników są to dosłownie pojedyncze pozycje, a w niektórych latach nie odnotowano żadnej. Jeśli idzie o popularnonaukowe encyklopedie i słowniki to w całym piętnastolecu objętym badaniem ukazało się 268 tytułów.

Zaskakujące mogą się wydawać dane dotyczące literatury poradnikowej. W pierwszych pięciu latach ujęto pojedyncze tytuły, od roku 2002 ich liczba zdecydowanie rośnie, a w ostatnich sześciu latach waha się od 25 do 44 tytułów. Wydaje się jednak, że podane liczby nie odpowiadają rzeczywistości. Wystarczy wejść do księgarni katolickiej lub wybrać się na targi książki, by zobaczyć, jak dużą część poradniki zajmują w ofercie wydawców. Dlaczego więc tak mało tytułów odnotowała Biblioteka Narodowa? Powodów może być kilka: 1. egzemplarz obowiązkowy, 2. liczne wznowienia i dodruki tego samego tytułu w kolejnych latach, 3. zakwalifikowanie książki, która jest zarazem poradnikiem, do innej podgrupy książek o charakterze popularnym. Podobnie rzecz ma się z książką okolicznościową, wydawaną przy okazji rocznic, jubileuszy, uroczystości (chrzest św., komunie św.). Publikacje te są przeznaczone zazwyczaj do określonego i często wąskiego kręgu osób. Statystyka pokazuje, że wartości w badanym okresie wahają się od 14 (2002, 2003) do 36 tytułów (2001). Obserwacja oferty wydawców katolickich pozwala wyciągać wnioski, że dane wydają się zaniżone. Jednak tutaj jeszcze silniej występuje zjawisko dodruków i wznowień, obejmujących jedynie zmiany kosmetyczne warstwy ilustracyjnej, np. liczne wydania tytułu *Pamiętka pierwszej komunii świętej*.



Edytorzy katoliccy publikują zdecydowaną większość ukazujących się na polskim rynku wydawniczym książek o tematyce religijnej i teologicznej. Dane gromadzone przez Pracownię Statystyki Wydawnictw Biblioteki Narodowej zasługują na uwagę środowiska naukowego i branżowego z dwóch powodów. Po pierwsze, na podstawie otrzymywanych materiałów od samych zainteresowanych, powinny być wiarygodne. O powodach występowania rozbieżności z informacjami publikowanymi w mediach była mowa na początku analizy. Po drugie, są gromadzone i zestawiane od ponad 50 lat, zgodnie z przyjętą metodologią, co jako punkt wyjścia dla badań ma zasadnicze znaczenie.

Rynek wydawnictw katolickich nie jest łatwy do opisanego, oszacowania i zaprezentowania, a zainteresowanie środowiska wydawców, księgarzy i samych czytelników z roku na rok wzrasta. Jest to spowodowane coraz większą popularnością książki katolickiej, wychodzeniem jej z niszy parafialnego obiegu sprzedaży, poszukiwaniem przez społeczeństwo wartościowej literatury w tym zakresie oraz sukcesem wydawnictw poradnikowych (m.in. bestsellerowe książki kucharskie), czy edycji poświęconych papieżom: Janowi Pawłowi II i Benedyktowi XVI, Franciszkowi. Na uwagę zasługują także wydawnictwa albumowe. Faktem jest, że po książkę o tematyce religijnej czy teologicznej coraz częściej sięgają również osoby niewierzące. Zmienia się sposób myślenia i już tak stereotypowo nie postrzega się tych publikacji, jako skierowanych do ludzi starszego pokolenia czy osób duchownych.

O tym, że sytuacja na polskim rynku książki się zmienia i publikacje katolickie coraz wyraźniej zaznaczają swój udział w całej branży wydawniczej, świadczy również fakt, że pozycje o tematyce religijnej pojawiają się coraz częściej w ofercie świeckich edytorów, którzy do niedawna nie byli zainteresowani wydawaniem podobnych tytułów.

## Rozdział 2

---

### Wydawcy

---

Pierwsze oficyny wydawnicze związane z Kościołem katolickim były zakładane i prowadzone przez zakony i zgromadzenia zakonne lub podległe im instytucje. Drukarnie zakonne<sup>1</sup> rozpoczęły działalność wraz z przybyciem jezuitów i zaangażowaniem się ich w reformę katolicką. Miały one na celu upowszechnianie doktryny katolickiej w ramach walki z innowiercami oraz zaspokajanie własnych potrzeb zakonu. Publikowano więc broszury, pisma i książki, a także podręczniki i pomoce szkolne dla młodzieży zakonnej i świeckiej, druki administracyjne, dzieła teologiczne, ascetyczne i hagiograficzne.

W XVI-XVIII wieku najwięcej drukarni należało do zakonu jezuitów; Krystyna Korotajowa wymieniła: Wilno – Drukarnia Akademii Wileńskiej (1586?-1773), Kalisz (1636-1773), Lwów (1642-1773), Poznań (1677-1773), Lublin (1683-1773), Braniewo (1697-1773), Sandomierz (1716-1773), Warszawa (1716-1773), Wrocław (1726-1777), Pińsk (1729?-1743?), Nieśwież (1751-1773), Przemyśl (1759-1773), Połock (1787-1820). Po kasacie zakonu większość oficyn przejęła Komisja Edukacji Narodowej<sup>2</sup>. Na Kresach własne drukarnie zakładali bazylianie, aby bronić się przed unitami i prawosławiem: Wilno (1628-1839), Supraśl (1695?-1804), Poczajów (1735-1918), Uniów (1648-1770, z przerwami), Lwów (1700-1708), Mińsk (1790-1793), Żyrowice k. Słonima (koniec XVIII wieku). Karmelici również otwierali oficyny na pograniczach ojczyzny: Białynicze, fundacja Lwa Sapiechy (1638-1653?), Berdyczów – Drukarnia Fortecy NMP Karmelitów Bosych (1758-1884). Placówki wydawnicze franciszkanów znajdowały się w Wilnie (1671-1781) i we Lwowie (1769-1774). W Prusach swoją działalność edytorską prowadzili cystersi. Oficyna w Oliwie istniała w latach 1672-1744. Drukarnie pijarów znajdowały się w: War-

---

<sup>1</sup>K. KOROTAJOWA: *Drukarnie zakonne*. W: *Encyklopedia katolicka*. Red. R. ŁUKASZCZYK. Lublin 1983, kol. 234-235.

<sup>2</sup>*Ibidem*, kol. 233.

szawie (1683-1830?), Wilnie (1754-1840), Piotrkowie Trybunalskim (1792-1799), Połocku (1820-1833). Poligrafia zakonu paulinów na Jasnej Górze została założona w 1693 roku, a jej nakładem ukazywały się liczne publikacje dewocyjne: modlitwy, koronki i litanie (wielokrotnie wznawiane i rozprowadzane masowo). Swoje oficyny prowadzili także dominikanie – w Słonimiu (1777-1831), Misjonarze św. Wincenta a Paulo – w Warszawie (1780-1860?), trynitarze – w Lublinie (1781-1818). Produkcja wydawnicza zakonów w okresie staropolskim była uzależniona od zasobności i położenia poszczególnych klasztorów, a dodatkowo od ogólnej sytuacji politycznej i gospodarczej kraju. Odnotowano ponad 11 000 pozycji wydanych nakładem tych oficyn, co wskazuje na ich znaczenie dla kultury polskiej i umacniania wiary katolickiej.

W XIX wieku<sup>3</sup> drukarnie zakonne istniały jedynie w zaborze austriackim. Prowadzili je jezuita przy kolegium w Starej Wsi k. Brzozowa (1889-1894) i dominikanie we Lwowie (1830-1839).

Wiek XX<sup>4</sup> to m.in. powstanie nowoczesnej Drukarni Zakonu Jezuitów w Krakowie (1920), działającej dla Wydawnictwa Apostolstwa Modlitwy (obecnie WAM). W 1935 roku jezuita założyli też drukarnię w Warszawie. Maksymilian Kolbe, franciszkanin, zorganizował placówkę w Grodnie w 1922 roku, a w 1927 przeniósł ją do Niepokalanowa, gdzie istnieje do dzisiaj (oczywiście odnotowała przerwy w działalności). Własne drukarnie posiadali także michaelici w Miejscu Piastowym k. Krosna (1910-1939) i w Krakowie (1928-1939), misjonarze Św. Rodziny w Górze Klasztornej k. Złotowa (1923-1939), salezjanie w Warszawie (1923-1949), orioniści w Zduńskiej Woli (1928-1947), werbiści w Górnej Grupie k. Grudziądz (1931-1939), chrystusowcy w Potulicach k. Nakła (1932-1939), albertyni w Warszawie (1935-1947) i Krakowie (1936-1939), pallotyni w Warszawie (1935-1940). Na Śląsku drukarnię zakonną założyli w 1936 roku (Mikołów) salwatorianie, a w 1939 roku przenieśli ją do Trzebini-Sierszy (k. Krakowa), dopiero w 1950 roku przejęło ją państwo. Oficyny zakonne zakładały także zgromadzenia żeńskie: sercanki w Kielcach (1922-1947), klawerianki w Krośnie (1932-1940) oraz loretanki w Warszawie (1920 – nadal). Po II wojnie światowej zdecydowaną większość zakonnych domów wydawniczych przejęło państwo.

Korotajowa w swoim wykazie nie podaje pełnego stanu istniejących w czasach nowożytnych drukarni zakonnych, o czym można się przekonać przeglądając wybrane strony poświęcone historii aktywnych dzisiaj wydawców. Bez wątpienia jednak dostarcza cennych informacji o działalności drukarni należących do katolickich zakonów.

---

<sup>3</sup>Ibidem, kol. 235.

<sup>4</sup>Ibidem, kol. 235.

W „Polskim Przewodniku Katolickim” z okresu dwudziestolecia międzywojennego można znaleźć artykuły poświęcone katolickiemu rynkowi wydawniczemu. Jeden z nich wymienia wydawców, którzy w tym czasie wyróżniali się aktywnością edytorską<sup>5</sup>: Księgarnia i Drukarnia św. Wojciecha w Poznaniu (od 1898), Wydawnictwo Księży Jezuitów w Krakowie, Biblioteka Religijna we Lwowie, Księgarnia „Kroniki Rodzinnej” w Warszawie (połączona w 1925 roku z nowo powstałym Katolickim Towarzystwem Wydawniczym), Księgarnia „Polaka-Katolika” w Warszawie (w 1926 roku przeszła pod zarząd Archidiecezji Warszawskiej), Drukarnia Niemiry w Warszawie, Księża Misjonarzy w Krakowie na Kleparzu, Ojcowie Dominikanie oraz Księża Zmartwychwstańcy w Krakowie, Księgarnia Katolicka również w Krakowie (od 1874), Wydawnictwo Karola Miarki w Mikołowie, Księgarnia Powszechna we Włocławku, Księgarnia Krakowska (od 1924), Księgarnia i Drukarnia Katolicka w Katowicach, Liga Katolicka i Księża Salezianie w Poznaniu. Odrębnie wyliczono oficyny specjalizujące się w druku książek do nabożeństwa: Katolik w Bytomiu, T. Nagłowski w Częstochowie (od 1892), Józef Angrabajtis w Krakowie (od 1895), Kasprzykiewicz i Szmakferer oraz Władysław Paszkowski w Warszawie.

Wśród najważniejszych i największych wydawnictw katolickich okresu międzywojennego wymieniani są w innym źródle<sup>6</sup>: św. Wojciech w Poznaniu, Księża Jezuitów w Krakowie, Księża Pallotyni w Warszawie, Katolicki Uniwersytet w Lublinie, Naczelny Instytut Akcji Katolickiej w Poznaniu. W tym czasie dużo mówiło się o roli prasy i książki katolickiej. Kładziono szczególny nacisk na trzy funkcje działalności wydawniczej: 1. szerzenie i pogłębianie zasad wiary oraz zwyczajów katolickich, 2. kształtowanie katolickiej opinii w społeczeństwie, 3. polemizowanie z treściami propagowanymi przez przeciwny obóz polityczny<sup>7</sup>.

Korzystne warunki panujące w Polsce międzywojennej dla rozwoju oficyn publikujących książki o tematyce religijnej wynikały zatem z przychylnego nastawienia Kościoła do książek, jako przekazu wspomagającego pracę duszpasterską, co zaowocowało powstaniem wielu nowych wydawnictw katolickich diecezjalnych i zakonnych. Na szczególną uwagę zasługują: 1. Wydawnictwo Księży Jezuitów, którego nakładem ukazywały się dzieła na wysokim poziomie typograficznym i merytorycznym, w tym dysertacje naukowe, przekłady, powieści i masowe wydania Pisma Świętego; 2. Wydawnictwo Księ-

---

<sup>5</sup>A.L.S.: *Wydawcy dzieł katolickich*. „Polski Przewodnik Katolicki” 1927, R. 1, s. 409-411.

<sup>6</sup>L. DYCZEWSKI: *Działalność wydawnicza Kościoła katolickiego w Polsce międzywojennej*. „Homo Dei” 1927, R. 41, s. 294.

<sup>7</sup>J. PLIS: *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film 1918-1939*. Lublin 2001; B. WARZĄCHOWSKA: *Książka, prasa i biblioteka w działalności Kościoła katolickiego w województwie śląskim (1922-1939)*. Katowice 2012.

ży Pallotynów – wydające popularne broszury i rozprawy naukowe; 3. Wydawnictwo „Michalineum” (Zgromadzenia św. Michała Archanioła), publikujące broszury o charakterze dewocyjnym, dzieła ascetyczne, literackie i kaznodziejskie; 4. Wydawnictwo Salezjańskie; 5. Wydawnictwo Misjonarzy w Krakowie; 6. Wydawnictwo Redemptorystów w Krakowie; 7. Wydawnictwo Dominikanów we Lwowie. Dla dalszego rozwoju wydawnictw katolickich ogromne znaczenie miała rozwinięta i dobrze wyposażona sieć kościelnych zakładów poligraficznych. Jerzy Góral podaje za o. Marianem Pirożyńskim, że w 1937 roku działało co najmniej 31 placówek: 12 diecezjalnych i 19 zakonnych<sup>8</sup>.

W pierwszych latach PRL-u Kościół katolicki dążył do odtworzenia zniszczonych w czasie okupacji wydawnictw i zakładów poligraficznych. Trudności w rozwoju tych oficyn wynikały z administracyjnych ograniczeń w wydawaniu koncesji wydawniczych i przydziału papieru oraz działania cenzury. Zaraz po zakończeniu II wojny światowej działalność wydawniczą prowadzono w konspiracji, a nowo powstałe wydawnictwa miały charakter oficyn uspołecznionych<sup>9</sup>. Barbara Bieñkowska zwróciła uwagę na szczególną sytuację edytorów katolickich – kiedy doszło do koncentracji produkcji wydawniczej, powstały duże firmy należące do państwa lub spółdzielni, a niezależne wydawnictwa religijne stanowiły wśród nich odrębną grupę. Ze względu na misję ewangelizacyjną musiały borykać się z jeszcze większymi trudnościami cenzorskimi i ekonomicznymi niż inni przedstawiciele branży<sup>10</sup>.

Jako jeden z pierwszych zaczął działalność w 1949 roku, istniejący do dziś, Instytut Wydawniczy Pax, założony przez stowarzyszenie o tej samej nazwie. Historia wydawnictwa jest niezwykle skomplikowana. Założyciele Pax-u stawiali sobie za cel włączenie katolików w proces wprowadzania w Polsce ideologii socjalizmu, a Kościół przez cały okres PRL zabraniał księżom i zakonnikom publikowania w tej oficynie. Dopiero na początku lat 90. zmieniono program i przeorganizowano struktury instytucji. W 1997 roku dokonano rozliczenia i przyznano się do popierania inicjatyw rządowych przeciwnych Kościołowi katolickiemu<sup>11</sup>. Pax w czasie komunizmu publikował głównie współczesną literaturę polską: Zofia Kossak-Szczucka (Szatkowska), Jan Dobraczyński, Antoni Gołubiew, Hanna Malewska i in., a z przekładów wznowienia powieści Georges Berna-

---

<sup>8</sup>J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka*. W: *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990. Rocznik statystyczny*. Red. L. ADAMCZUK, W. ZDANIEWICZ. Warszawa 1991, s. 288-289; M. PIROŻYŃSKI, S. SZCZĘCH: *Rocznik statystyczny Kościoła katolickiego w Polsce. Rok pierwszy 1937*. Lublin 1938, s. 86.

<sup>9</sup>S. KONDEK: *Władza i wydawcy. Polityczne uwarunkowania produkcji książek w Polsce w latach 1944-1949*. Warszawa 1993.

<sup>10</sup>B. BIEŃKOWSKA: *Książka na przestrzeni dziejów*. Warszawa 2005, s. 248.

<sup>11</sup>P. JANOWSKI: *Pax*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 15. Lublin 2011, kol. 167-170; *Komu służył PAX. Materiały z sympozjum „Od PAXu do Civitas Christiana” 30-31 stycznia 2008 roku*. Red. S. BOBER. Warszawa 2008.

nosa, Archibalda Cronina, Gilberta Keitha Chestertona, Grahama Greene'a, Bruce'a Marshalla, Françoisisa Mauriaca, Sigrid Undset. Nakładem IW Pax ukazywały się także prace naukowe z zakresu teologii, filozofii, slawistyki, historii oraz podręczniki, wydania Pisma Świętego, modlitewniki i śpiewniki<sup>12</sup>.

Autorzy *Rynku książki w Polsce 1944-1989* podają, że w latach 1945-1949 literatura religijna obficie ukazywała się pod szyldem różnorodnych wydawnictw kościelnych i zakonnych, a z najbardziej aktywnych wymieniają: poznańską Księgarnię św. Wojciecha, Wydawnictwo SS Loretanek-Benedyktynek w Warszawie, Wydawnictwo Milicji Niepokalanej w Niepokalanowie, Wydawnictwo Przeglądu Homiletycznego w Kielcach, krakowskie Wydawnictwo Apostolstwa Modlitwy – Księża Jezuici, Wydawnictwo Ojców Redemptorystów we Wrocławiu, Wydawnictwo Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Wydawnictwo Mariackie w Krakowie i Wydawnictwo Świętego Krzyża w Opolu. Natomiast po umocnieniu władzy komunistycznej i wprowadzeniu socrealizmu nastąpiło znaczne ograniczenie w publikacjach katolickich. Mimo wszystko jednak w latach 1949-1954 możliwości wydawnicze polskich oficyn kościelnych były znacznie większe niż w innych krajach tzw. demokracji ludowych<sup>13</sup>.

Nieco odmienne stanowisko na ten temat przedstawił Jerzy Góral. Podaje on, że tylko kilku wydawców zasilalo rynek we własne publikacje, zresztą o niewielkich nakładach, z przewagą modlitewników i katechizmów. Dla przykładu wymienił trzech wydawców: „Michalineum” (zamknięte przez władze w 1950 roku), Pallottinum i Wydawnictwo Salezjańskie<sup>14</sup>, których nie podali Kitrasiewicz i Gołębiwski.

W pierwszej połowie lat 50. zaczęła narastać centralizacja ruchu wydawniczego i upaństwowienie dystrybucji, powstał Centralny Urząd Wydawnictw, Przemysłu Graficznego i Księgarstwa oraz rozpoczęła działalność Centrala Obrotu Księgarskiego „Dom Książki Polskiej”. Chociaż oficjalnie „Dom Książki” objął całą produkcję wydawniczą w kraju, to władze przychylniej patrzyły na istnienie innych kanałów kolportażowych niż księgarnie. Dotyczyło to zwłaszcza oficyn kościelnych, które rozprowadzały publikacje w punktach parafialnych. W tym czasie najwięcej publikował Instytut Wydawniczy Pax (*Listy Nikodema* Jana Dobraczyńskiego oraz inne pozycje tego autora, wielokrotnie wznawianego przez cały okres komunizmu) i Księgarnia Św. Wojciecha (serie: „Pisma Ojców Kościoła”, „Sprawy Biblijne”, „Starożytna Myśl Chrześcijańska”, „Teksty Pisma Świętego”). Od roku 1948 rozpoczęła działalność oficyna Pallottinum, wydająca głównie dzieła z teologii i filozofii katolickiej w ramach następujących serii: „Biblioteka Pomocy

---

<sup>12</sup>A. BROMBERG: *Książki i wydawcy...*, s. 32-34.

<sup>13</sup>P. KITRASIEWICZ, Ł. GOŁĘBIWSKI: *Rynek książki w Polsce 1944-1989*. Warszawa 2005, s. 25.

<sup>14</sup>J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka...*, s. 289.

Seminaryjnych”, „Komentarz Pisma Świętego Starego Testamentu”, „Komentarz Pisma Świętego Nowego Testamentu”. Natomiast utworzona w 1951 roku Ars Christiana publikowała serię „Sztuka Sakralna w Polsce”<sup>15</sup>.

Adam Bromberg<sup>16</sup> wśród czołowych oficyn katolickich działających w latach 1944-1955, wymienia następujących wydawców: Instytut Wydawniczy Stowarzyszenia PAX – Warszawa, Wydawnictwo OO. Jezuitów – Warszawa, Wydawnictwo „Apostolstwa Modlitwy” – Kraków (od 1994 znane jako WAM), Wydawnictwo Święty Wojciech („Albertinum”) – Poznań, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego – Lublin, Wydawnictwo Księży Pallotynów – Ołtarzew i Poznań, Księgarnia Świętego Jacka – Katowice, Wydawnictwo Księży Franciszkanów – Niepokalanów, Wydawnictwo Św. Krzyża – Opole, Verbum i Księgarnia „Jedność” – Kielce, Wydawnictwo Ojców Karmelitów Bosych – Kraków, Księgarnia Krakowska – Kraków, Wydawnictwo Mariackie – Kraków. W spisie zamieszcza też Wydawnictwo Ars Christiana – Warszawa (założone w 1954 roku) i Wydawnictwo Literatury Religijnej (utworzone w 1961 roku).

Po wydarzeniach z października 1956 roku oficyny odzyskały pewną sprawność wydawniczą, dodatkowo reaktywowano Polskie Towarzystwo Wydawców Książek. Z punktu widzenia książki katolickiej istotne było odzyskanie prawa do wydawania publikacji przez szkoły wyższe oraz stowarzyszenia. Na fali „odwilży” w roku 1959 powstał Społeczny Instytut Wydawniczy Znak. Oficyna ta publikowała literaturę religijną, a zwłaszcza dzieła filozoficzne, teologiczne i światopoglądowe, jak również poezję i prozę. W pierwszym roku działalności ukazała się m.in. *Droga krzyżowa* kardynała Stefana Wyszyńskiego i trzy tomy *Myśli św. Teresy z Lisieux*. W tym samym czasie Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego opublikowało studia Karola Wojtyły: *Ocena możliwości zbudowania etyki chrześcijańskiej przy założeniach systemu Maxa Schelera* oraz *Miłość i odpowiedzialność*. Zaś nakładem Wydawnictwa oo. Palotynów Pallotinum ukazał się tomik poezji ks. Jana Twardowskiego *Wiersze*<sup>17</sup>.

Praca Anny Kowalewskiej *Wydawnictwa katolickie w PRL*, napisana w roku 1984 w ówczesnym Instytucie Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Warszawskiego<sup>18</sup>, zawiera m.in. dane liczbowe dotyczące liczby tytułów i wysokości nakładów publikacji katolickich (tabela 9).

---

<sup>15</sup>P. KITRASIEWICZ, Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce...*, s. 55-56.

<sup>16</sup>A. BROMBERG: *Książki i wydawcy...*, s. 31-32.

<sup>17</sup>P. KITRASIEWICZ, Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce...*, s. 103.

<sup>18</sup>J. FROŁOW: *Raport o książce katolickiej*. Warszawa 2001, s. 25.

Zestawienie dobrze ilustruje ówczesną sytuację. W pierwszych latach po II wojnie światowej (okres 1946-1949) oficyny katolickie cechowała jeszcze znaczna aktywność wydawnicza – 200, 300 tytułów rocznie, podczas gdy w kolejnej dekadzie (1950-1960) znacznie spadła (około 30-90 tytułów na rok). Praca wydawnictw związanych z Kościołem katolickim była narażona na coraz większe ograniczenia, co owocowało mniejszymi nakładami.

**Tabela 9.** Liczba i nakłady tytułów w latach 1944-1961

Rok	Liczba wydanych tytułów książek katolickich	Łączny nakład książek katolickich w tys. egz.
1944	52	169,00
1946	239	1622,00
1947	325	2430,00
1948	375	3711,00
1949	291	3140,00
1950	50	502,00
1951	31	370,00
1952	71	740,00
1953	53	612,00
1954	50	1127,00
1955	52	432,00
1956	39	441,20
1957	69	1653,00
1958	59	1405,00
1959	96	591,00
1960	94	1180,70
1961	112	716,90

**Źródło:** A. KOWALEWSKA. *Wydawnictwa katolickie w PRL*. Cyt. za: J. FROŁOW. *Raport o książce katolickiej*. Warszawa 2001, s. 25.

Okres 1961-1970 to czas względnej stabilizacji gospodarczej i ekonomicznej kraju. Stosunkowo dużo w tych latach publikowały Instytut Wydawniczy Pax i Społeczny Instytut Wydawniczy Znak. Pierwszy z nich wydawał wiersze, powieści i opowiadania współczesnych polskich autorów, m.in. Romana Brandstaettera, a w cyklu, który prezentował poglądy filozoficzne i teologiczne chrześcijańskich myślicieli ukazały się teksty św. Grzegorza z Nyssy, św. Ambrożego z Mediolanu, św. Grzegorza z Nazjanzu, św. Jana Damasceńskiego i innych. Z kolei Społeczny Instytut Wydawniczy Znak publikował rozprawy i zbiory myśli hierarchów kościelnych: papieża Jana XXIII, prymasa Stefana



Wyszyńskiego, ówczesnego biskupa Krakowa Karola Wojtyły. Ukazywały się też rozważania osób świeckich i duchowych, monografie teologów i filozofów chrześcijańskich, zbiory esejów i literatura piękna<sup>19</sup>.

Następne dziesięciolecie obejmujące lata 1971-1980 to okres w którym działał Naczelny Zarząd Wydawnictw, istniejący od 1970 roku. Część oficyn została bezpośrednio uzależniona od tej instytucji, inne musiały uzyskać jej akceptację<sup>20</sup>. Nowo powstałemu urzędowi nie podlegały jednak wydawnictwa katolickie, pozostające pod bezpośrednim nadzorem ministra kultury i sztuki, m.in.: Wydawnictwo Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego Pallottinum, Ars Christiana, Księgarnia św. Wojciecha, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Instytut Wydawniczy Pax. W tym czasie znowu najaktywniejsze wydawniczo były dwie ostatnie z wymienionych wyżej oficyn. Nakładem Pax-u ukazywało się wiele tekstów świeckich o walorach publicystycznych, proza i poezja oraz dzieła religijne, m.in. *Kościół a kultury. Antropologia stosowana na użytek misjonarzy* J. Luisa Luzbetaka, *O Bogu – Człowieku i apostołach* Wojciecha Bąka. Za pośrednictwem Znak wydana książka kardynała Josepha Ratzingera, ks. Mieczysława Malińskiego, ks. Adama Bonieckiego, ks. Jana Twardowskiego i innych autorów. Po wyborze Karola Wojtyły na papieża przystąpiono do edycji jego tekstów teologicznych i publicystycznych, utworów literackich oraz kazań z całej drogi kapłańskiej. Natomiast po pierwszej pielgrzymce opublikowano *Przemówienia. Homilie. Polska 2 VI – 10 VI 1979. Kalendarium pobytu Jana Pawła II w Polsce*<sup>21</sup>.

Oficyny katolickie podlegające powołanej w 1957 roku Komisji Episkopatu Polski dla Spraw Wydawnictw Katolickich starały się prowadzić wspólną politykę wydawniczą. Ich działania miały na celu promocję najbardziej potrzebnej i wartościowej literatury religijnej. Autorzy monografii poświęconej Wydawnictwu WAM<sup>22</sup>, podając zestawienie planów wydawniczych na rok 1977 wymieniają: osiem wydawnictw diecezjalnych (Katowice, Kraków, Olsztyn, Opole, Płock, Poznań, Sandomierz, Wrocław), pięć wydawnictw zakonnych (franciszkanie konwentualni, jezuici, karmelici bosy, loretanki, pallotyni), dwa wydawnictwa związane z ośrodkami akademickimi (KUL, Wydawnictwo Akademii Teologii Katolickiej w Warszawie), oraz Znak.

Pomimo trudności liczba wydawców książek katolickich wciąż rosła; w publikacji *Statystyka Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce* podano, że w roku 1982 funkcjonowało 29 oficyn. Ośrodki wydawnicze znajdowały się w całym kraju: Poznań, Katowice,

---

<sup>19</sup>P. KITRASIEWICZ, Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce...*, s. 156-157.

<sup>20</sup>J. BŁAŻEJOWA: *Papierowa rewolucja. Z dziejów drugiego obiegu w Polsce 1976-1989/1990*. Warszawa 2010.

<sup>21</sup>Tamże, s. 178, 209-212.

<sup>22</sup>*Wydawnictwo WAM 1972-1997. Historia, bibliografia*. Red. Z. WILKOSZ, L. GRZEBIEŃ SJ. Kraków 1997, s. 18.

Kraków, Warszawa, Niepokalanów, Olsztyn, Opole, Płock, Sandomierz, Wrocław, Łódź, Lublin, Częstochowa i in. Wśród nich większość stanowili edytorzy związani z diecezjami i zakonami<sup>23</sup>. Lata 80. dla polskiego ruchu wydawniczego były bardzo trudne. Upadek gospodarki miał znaczny wpływ na jakość, nakłady i ceny książek. Brakowało funduszy na tłumaczenia. W czasie stanu wojennego działały trzy organizacje, których zadaniem było wspieranie rynku wydawniczego: Porozumienie Wydawców, Zrzeszenie Księgarstwa i Zrzeszenie Państwowych Przedsiębiorstw Przemysłu Poligraficznego „Poligrafia”. Po roku 1980 Kościół katolicki uzyskał zezwolenie na wydawanie nowych tytułów oraz na zwiększenie nakładów. Nadal jednak istniały w tej sferze znaczne ograniczenia<sup>24</sup>.

W tym czasie wznowiły działalność zamknięte wcześniej przez władze PRL-u, dwie oficyny – Wydawnictwo „Michalineum” i Wydawnictwo Salezjańskie, oraz powstały zupełnie nowe, m.in.: Oficyna Przeglądu Powszechnego, Wydawnictwo Archidiecezji Warszawskiej, Wydawnictwo Towarzystwa Naukowego KUL, Wydawnictwo Księży Marianów, Wydawnictwo „Verbinum”. Według rocznika statystycznego *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990*, w roku 1987 działało 32 wydawców katolickich z planem tytułowym na 407 publikacji zwartych. W latach 1987-1990 odnotowano większą obecność książki katolickiej na rodzimym rynku księgarskim. Rozwijała się kościelna sieć księgarska, ale książki wydawców katolickich zaczynały pojawiać się także w księgarniach publicznych, natomiast wydawcy odnotowali wzrost nakładów i liczby tytułów. Powoli zmieniał się również profil i tematyka publikowanych książek. Nadal ukazywały się modlitewniki, katechizmy i książki z literatury teologicznej, ale wzrastała też liczba tytułów popularnych, publikacji encyklopedycznych, literatury dla dzieci i młodzieży<sup>25</sup>.

Warto przywołać zestawienia statystyczne prezentujące liczbę tytułów i wielkość nakładu dla wybranych wydawców katolickich w latach 1980-1989 (tabela 10.) oraz rodzaje książek opublikowanych w roku 1989 przez niektóre oficyny (tabela 11.).

Z wydawnictw wymienionych w tabeli 10. najwięcej tytułów publikowało Wydawnictwo Towarzystwa Naukowego KUL, przy stosunkowo niewielkich nakładach. Na uwagę zasługują też: Wydawnictwo Pallottinum, Wydawnictwo Salezjańskie, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak i Wydawnictwo UNUM – w oficynach tych dla podanego okresu wyraźnie rośnie liczba wydawanych tytułów.

---

<sup>23</sup> *Kościół katolicki w Polsce...*, s. 93.

<sup>24</sup> J. MARIAŃSKI: *Kościół katolicki w Polsce a środki społecznego przekazu*. W: *Kościół i religijność Polaków 1945-1999*. Red. W. ZDANIEWICZ, T. ZEMBRZUSKI. Warszawa, s. 46-47.

<sup>25</sup> J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka...*, s. 290-291.

**Tabela 10.** Działalność wydawnicza wybranych wydawnictw katolickich (1980-1989)

Wydawnictwa	1980		1985		1989	
	liczba tytułów książek	nakład łączny w egz.	liczba tytułów książek	nakład łączny w egz.	liczba tytułów książek	nakład łączny w egz.
Ośrodek Dokumentacji i Studiów Społecznych	5	10000	3	23000	8	190000
Oficyna Przeglądu Powszechnego	-	-	1	9000	3	55000
Wydawnictwo Pallottinum	10	194000	20	365000	23	224000
Wydawnictwo Salezjańskie	3	13000	6	35000	28	775000
Wydawnictwo Sióstr Loretanek	8	55000	6	160000	8	135000
Społeczny Instytut Wydawniczy „Znak”	9	116000	13	240000	24	490000
Wydawnictwo Towarzystwo Naukowe KUL	26	29000	20	50000	47	187000
Polskie Towarzystwo Teologiczne Wydawnictwo UNUM	6	13000	13	194000	15	258000
Wydawnictwo Książy Werbistów VERBINUM	-	-	10	280000	16	550000

**Źródło:** J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka*. W: *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990. Rocznik statystyczny*. Red. L. ADAMCZUK, W. ZDANIEWICZ. Warszawa 1991, s. 296.

**Tabela 11.** Książki wydane przez 5 wybranych wydawnictw katolickich w 1989 r. według rodzajów

Wydawnictwa a - liczba tytułów b - nakład łączny w egz.	Ogółem	Pismo Święte, modlitewniki, katechizmy	Encyklopedie, słowniki, bibliografie, konkordacje	Literatura naukowa	Literatura popularna	Literatura dla dzieci
<b>Wydawnictwo Sióstr Loretanek</b>						
a	8	5	-	-	3	-
b	135000	75000	-	-	60000	-
<b>Wydawnictwo Książy Marianów</b>						
a	14	-	-	1	11	2
b	397000	-	-	7000	290000	100000
<b>Wydawnictwo Pallottinum</b>						
a	23	-	1	7	14	1
b	224000	-	10000	78000	116000	20000
<b>Polskie Towarzystwo Teologiczne</b>						
a	15	4	1	9	-	1
b	258000	170000	10000	53000	-	25000
<b>Społeczny Instytut Wydawniczy „Znak”</b>						
a	24	2	-	-	22	-
b	490000	35000	-	-	455000	-

**Źródło:** J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka*. W: *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990. Rocznik statystyczny*. Red. L. ADAMCZUK, W. ZDANIEWICZ. Warszawa 1991, s. 296.

Analizując dane prezentowane w tabeli 11., nasuwają się pewne wnioski: 1. Wydawnictwo Znak – jeśli weźmiemy pod uwagę wysokość nakładów – znacznie różni się od pozostałych. 2. Propozycje katolickiej literatury dla dzieci i młodzieży oraz wydawnictw encyklopedycznych były nadal nieliczne, chociaż po 1989 roku niektóre oficyny uczyniły z tych publikacji specyfikę własnej działalności. Są to istotne przesłanki świadczące o potencjale, jaki tkwił w sektorze rynku książki religijnej.

Autorzy Biblioteki Analiz przytoczyli niektóre tytuły znajdujące się w tym czasie w ofercie wydawnictw katolickich<sup>26</sup>. Prym wiódł Pax, wydając powieści Jana Dobraczyńskiego i Romana Brandstaettera, encykliki papieskie Jana XXIII, Pawła VI, Jana Pawła II, teksty teologiczne i źródłowe oraz Znak, publikując książki takich autorów, jak kardynał Stefan Wyszyński, ks. Józef Tischner, Czesław Miłosz, Josif Brodski, Clive Staples Lewis. Inni edytorzy katolicki nie pozostawali w tyle. Wydawnictwo Polskiej Prowincji Dominikanów „W Drodze” swój asortyment wydawniczy opierało na twórczości Anny Kamińskiej: *Notatnik 1965-1972*, *Notatnik 1973-1979*, *Ojciec nasz*, *8 x radość*, *Dwie ciemności*, *Na progu słowa*, *Do źródeł. Psalmi i inne przekłady poetyckie*, wydając również powieści i poezje Romana Brandstaettera, *Listy św. Katarzyny z Sieny*, *Dominikanie – szkice z dziejów zakonu*. Nakładem oficyny „Pallottinum” ukazał się *Słownik obrazów i symboli biblijnych* Manfreda Lurkera, książki ks. Włodzimierza Sedlaka, ks. Eugeniusza Weronia, poezje ks. Janusza Stanisława Pasierba, ks. Jana Twardowskiego i innych twórców. Księgarnia św. Wojciecha opublikowała m.in. *Papieżstwo i papieże dwóch ostatnich wieków* Zygmunta Zielińskiego, *Człowiek wobec problemu wiary* ks. Władysława Koski, *Droga krzyżowa. Czternaście przystanków smutnych pod jednym wesołym* ks. Jana Twardowskiego. Spośród publikacji Księgarni św. Jacka warto wymienić kilka: *Dzieje chrześcijaństwa w zarysie* ks. Daniela Olszewskiego, *Apokryfy Nowego Testamentu* i *Słownik biblijny* Hugolina Langkammera OFM, *Bóg na moich drogach* Romana E. Rogowskiego. Wydawnictwo Archidiecezji Warszawskiej wydało z kolei m.in.: *Wiersze wybrane* ks. Janusza Stanisława Pasierba, *Nie przyszedłem pana nawracać. Wiersze 1937-1985*, *Zapisane w brulionie rozmyślenia*, *Sumienie ruszyło*, *Patyki i patyczki. Utwory dla dzieci* ks. Jana Twardowskiego. We Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej ukazały się *Dwie wizyty Jana Pawła II w kraju*, *O was i za was*. *Trzecia wizyta Jana Pawła II w kraju* ks. Mieczysława Malińskiego. Natomiast oficyna SS Loretanki wydała m.in. *Miniatury ewangeliczne* ks. Wiesława Aleksandra Niewęglowskiego, a Wydawnictwo Księżych Marianów np. *Największa jest miłość* ks. Stanisława Klimaszewskiego.

---

<sup>26</sup>P. KITRASIEWICZ, Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce...*, s. 255-256, 271-273.

Sytuacja na rynku książki katolickiej tuż przed transformacją gospodarczą kraju wskazywała na wciąż rosnącą liczbę oficyn katolickich. W 1987 roku były to 32 wydawnictwa, dwa lata później działało ich już 46, m.in.: Prymasowskie Wydawnictwo „Gaudentinum” (Gniezno), Wydawnictwo oo. Bernardynów „Calvarianum” (Kalwaria Zebrzydowska), Wydawnictwo Jedność (Kielce), Wydawnictwo „Michalineum” (Marki k/Warszawy), Wydawnictwo Diecezjalne (Pelplin), Wydawnictwo „Hlondianum” Towarzystwa Chrystusowego (Poznań), Wydawnictwo „Ottonianum” (Szczecin), Biblioteka „Więzi”(Warszawa), Wydawnictwo Akademii Teologii Katolickiej (Warszawa). Wśród oficyn w dalszym ciągu dominują instytucje zależne od diecezji czy zgromadzeń zakonnych, ale przybywa edytorów w ośrodkach naukowych i związanych z prasą katolicką<sup>27</sup>.

Jednak to dopiero po roku 1989 obserwujemy znaczący wzrost liczby edytorów konfesyjnych oraz wydawanych tytułów. Przed transformacją gospodarczą istniało niewielu wydawców, repertuar tytułowy był ograniczony, nakłady małe i niskie przychody ze sprzedaży. Ewolucja repertuarowa w tym okresie obejmowała na początku głównie modlitewniki i katechizmy. Z czasem zaczęły pojawiać się opracowania dotyczące Starego i Nowego Testamentu oraz starożytnej myśli chrześcijańskiej i wreszcie wielokrotnie wznawiane powieści pisarzy chrześcijańskich. W relacji do czasów współczesnych dobór treści był bardzo tradycyjny, nie stwierdzono też widocznej różnicy pomiędzy poszczególnymi podmiotami. Ich oferta była w miarę podobna a nakłady niewielkie. Czytelnik musiał się więc bardzo postarać, aby nabyć określone publikacje. Omówione wydawnictwa katolickie działały na polskim rynku w czasach PRL oficjalnie. Niektóre z oficyn odniosły spory sukces w Polsce po transformacji gospodarczej, zarówno te bezpośrednio związane z Kościołem katolickim, jak Księgarnia św. Wojciecha, Pallottinum, Wydawnictwo Apostolstwa Modlitwy, czy znajdujące się w rękach osób prywatnych, jak Społeczny Instytut Wydawniczy Znak. Inne zupełnie nie sprostały warunkom panującym w nowej rzeczywistości ekonomicznej.

Po roku 1989 polski rynek książki zaczął funkcjonować w nowych realiach społeczno-gospodarczych. Przestała też istnieć Komisja Episkopatu do spraw Wydawnictw Katolickich, mająca na celu powoływanie do istnienia nowych oficyn. Już w 1988 roku, gdy nastąpiła liberalizacja przepisów dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, zaczynają powstawać nowe oficyny, w tym także specjalizujące się w tematyce religii katolickiej. Po czasie izolacji, cenzury i licznych ograniczeń ze strony władz komunistycznych edytorzy bardzo sprawnie zareagowali na zmiany, co doprowadziło do szybkiego rozkwitu tego sektora rynku książki w Polsce.

---

<sup>27</sup>J. GÓRAL: *Wydawnictwa i prasa katolicka...*, s. 302-303.

Kolportażem książek oficyn katolickich w okresie PRL zajmowało się Katolickie Zrzeszenie Veritas oraz sieci księgarń św. Jacka i św. Wojciecha. Najczęściej jednak sprzedawano je w kioskach i księgarenkach parafialnych. Często rozprowadzaniu książek o tematyce religijnej towarzyszyła dystrybucja publikacji z drugiego obiegu. W wielu przypadkach Kościół wspierał te inicjatywy, a nawet zdarzało się, że sami księża po niedzielnych nabożeństwach rozprowadzali część tytułów. Ta sytuacja miała wpływ na kolportaż w latach 90. i przyczyniła się do niepotrzebnego ograniczenia dostępu do książek katolickich. Równie ważną drogą docierania do czytelników była sprzedaż wysyłkowa za pomocą Poczty Polskiej.

W połowie lat 90. powstało Stowarzyszenie Wydawców Katolickich (SWK)<sup>28</sup>, które zrzesza wydawców katolickich i wspiera ich przedsięwzięcia edytorskie. Organizacja nawiązuje do tradycji katolickiej międzywojennego ruchu wydawniczego, w tym m.in. do działalności Katolickiego Towarzystwa Wydawniczego<sup>29</sup>. Statut Stowarzyszenia Wydawców Katolickich w § 5 mówi o działalności na rzecz misji ewangelizacyjnej Kościoła katolickiego: *w szczególności poprzez ruch wydawniczy, kształtowanie katolickiego środowiska wydawniczego oraz umacnianie współpracy między wydawcami katolickimi*<sup>30</sup>. Zadania te wyliczono w § 6, jako:

*inspirowanie kierunków działalności wydawniczej,  
troskę o dobór właściwej tematyki publikacji oraz o ich poziom merytoryczny,  
naukowy i edytorski,  
inicjowanie badań, analiz i innych opracowań na temat działalności wydawniczej, rynku księgarskiego i stanu czytelnictwa,  
formułowanie ocen, wniosków i postulatów dotyczących katolickiego ruchu wydawniczego oraz przedkładanie ich Konferencji Episkopatu Polski,  
występowanie do władz państwowych, urzędów, organizacji w sprawach dotyczących ruchu wydawniczego,  
gromadzenie, opracowywanie i publikowanie informacji o kierunkach i planach wydawniczych,*

---

<sup>28</sup>Z. SKWIERCZYŃSKI: *Stowarzyszenie Wydawców Katolickich*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 8. Lublin 2000, kol. 1135-1136.; J. FROŁOW: *Raport o książce katolickiej*. Warszawa: 2001, s. 71-73.; Statut Stowarzyszenia Wydawców Katolickich (stan na 10 października 2005) [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://swk.pl/stowarzyszenie/statut> [data dostępu: 21.04.2010]. K.R. JAŚKIEWICZ: *Sponsorzy z alergią na słowo katolicki*. Rozmowa z ks. Markiem Otolskim „Notes Wydawniczy” 2004, nr 4, s. 16-22.

<sup>29</sup>Katolickie Towarzystwo Wydawnicze – działało w Krakowie w latach 1936-1939. K. ŚWIĘS: *Katolickie Towarzystwo Wydawnicze*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 8. Lublin 2000, kol. 1136.

<sup>30</sup>Statut Stowarzyszenia Wydawców Katolickich (stan na 10 października 2005) [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://swk.pl/stowarzyszenie/statut/> [Data dostępu: 21.04.2010].

*organizowanie rekolekcji, dni skupienia i innych spotkań formacyjnych,  
organizowanie konferencji, seminariów i kursów specjalistycznych na temat  
działalności wydawniczej,  
inicjowanie i organizowanie konkursów, wystaw, targów i kiermaszy  
wydawców katolickich oraz współpracę z hurtowniami, księgar-  
niami i innymi dystrybutorami,  
organizowanie i współuczestnictwo w innych krajowych i zagranicz-  
nych imprezach wydawców,  
promocję wydawców, autorów, zakładów poligraficznych, firm księ-  
garskich oraz książek i elektronicznych nośników multimedialnych,  
gromadzenie informacji i doradztwo w zakresie zagadnień prawno-finansowych  
i edytorskich.*

Z punktu widzenia działalności marketingowej najistotniejsze są trzy wyróżnione punkty. Pierwszy dotyczy wystaw, konkursów, targów i kiermaszy wydawców katolickich oraz współpracy tychże z dystrybutorami<sup>31</sup>. Stowarzyszenie spełnia to zadanie statutowe patronując i organizuje Targi Wydawców Katolickich w Warszawie, Kiermasze Wydawców Katolickich w Lublinie i w Katowicach. Drugi wyróżniony punkt mówi o uczestnictwie w innych krajowych i zagranicznych imprezach wydawców, co ma odzwierciedlenie m.in. podczas Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie czy Targów Książki w Krakowie, gdzie od wielu lat wydawcy konfesijni skupieni są w odrębnym sektorze. Stowarzyszenie odpowiada także za prezentację polskich książek katolickich poza granicami kraju. Zaznaczyło swoją obecność na Targach Książki we Frankfurcie nad Menem, a także na Międzynarodowych Targach Książki Dziecięcej w Bolonii i Salonie Książki w Paryżu. Trzeci punkt odnosi się do faktu promowania wydawców, autorów, zakładów poligraficznych, firm księgarskich oraz książek i elektronicznych nośników multimedialnych, w czym stowarzyszenie wspiera zrzeszone oficyny.

Do SWK mogą należeć osoby aktywne zawodowo w ruchu wydawniczym, a zwłaszcza zajmujące stanowiska kierownicze w wydawnictwach katolickich oraz osoby zajmujące się dystrybucją i promocją książek. Członkowie są zobowiązani do czynnego uczestnictwa w pracach instytucji. O przyjęciu decyduje zarząd rozpatrując pisemną deklarację kandydata i pisemne poparcie dwóch członków zwyczajnych. Niektóre osoby mogą otrzymać status członka honorowego za niekwestionowane zasługi dla katolickiego ruchu wydawniczego. Osobną grupę stanowią członkowie wspierający, którzy nie biorą bezpośredniego udziału w pracach stowarzyszenia, ale wspomagają je materialnie.

---

<sup>31</sup>Kwestię dystrybucji i jej znaczenie dla promocji szeroko omówiono w rozdziale trzecim rozprawy.

Od 2008 roku prezesem Stowarzyszenia Wydawców Katolickich jest ks. Roman Szpakowski SDB, który objął tę funkcję po ks. Marku Otolskim MIC<sup>32</sup>. Stowarzyszenie utrzymuje się *ze składek członkowskich, z dotacji, darowizn, spadków i zapisów, ze zbiorów i ofiar publicznych, dochodów z majątku Stowarzyszenia, z dotacji i subwencji instytucji państwowych i kościelnych, z dochodów z prowadzonej działalności gospodarczej, z dochodów z praw autorskich*<sup>33</sup>.

Stowarzyszenie Wydawców Katolickich sprzyja konsolidacji działających na rynku podmiotów oraz przelamuje stereotypy w prowadzeniu aktywności wydawniczej tego sektora. Członkowie mogli wielokrotnie korzystać z kursów marketingowych prowadzonych m.in. przez firmę konsultingową z Krakowa – Book Marketing Research. Ciekawą inicjatywą stowarzyszenia był powołany w 1998 roku Salon Wydawców Katolickich, polegający na cotygodniowych spotkaniach przedstawicieli oficyn z mediami. Promowano wtedy nowe tytuły, często z udziałem samych autorów. Spotkania prowadziła ówczesna rzeczniczka prasowa Targów Wydawców Katolickich – Marzanna Graff-Oszczepalińska.

---

<sup>32</sup>Ks. Marek Otolski MIC jest założycielem Stowarzyszenia.

<sup>33</sup>Statut Stowarzyszenia Wydawców Katolickich (stan na 10 października 2005): § 20 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://swk.pl/stowarzyszenie/statut/> [Data dostępu: 08.04.2013].



## 2.1 Typologia wydawców książki katolickiej

Głównym determinantem wyznaczającym definicję książki katolickiej jest fakt opublikowania jej przez wydawcę katolickiego. Wstępnie kwestia oficyn katolickich została już nakreślona, ale konieczna jest pełniejsza analiza. Pojęcia *książka katolicka* i *wydawnictwo katolickie* są ze sobą w ścisłej korelacji i należy je omawiać obok siebie. Desygnowanie oficyn o charakterze katolickim to zjawisko skomplikowane oraz trudne do uchwycenia, o czym można się przekonać śledząc poszczególne etapy tworzenia spisu tychże wydawców<sup>34</sup>.

Punktem wyjścia dla opracowanej przeze mnie bazy wydawców był „Katalog wydawnictw” zamieszczany we wszystkich edycjach *Raportu o książce katolickiej* Kuby Frołowa i Jerzego Wolaka, zawierający nazwę wydawnictwa, rok założenia<sup>35</sup>, dane adresowe i krótką charakterystykę oficyny<sup>36</sup>. Etap pierwszy tworzenia spisu wydawców na potrzeby dysertacji polegał na wypisaniu - po uprzedniej weryfikacji - tych edytorów, którzy znaleźli się w wymienionych wyżej publikacjach oraz na uaktualnieniu podanych stron WWW.

Kolejnym źródłem istotnym w tworzeniu listy wydawców katolickich był serwis Opoka<sup>37</sup>, którego katalog ma charakter komercyjny i służy do znalezienia informacji adresowej. W innym miejscu serwis Opoka zamieszcza jeszcze jeden wykaz wydawnictw, który służy gromadzeniu informacji, a także systematyzowaniu ich według określonego klucza<sup>38</sup>. Portal wśród „mediów katolickich w Polsce” umieścił również oficyny. Podzielono je na: wydawnictwa diecezjalne (uszeregowane według miejscowości), wydawnictwa zakonne (układ alfabetyczny, według nazwy zakonu), i inne wydawnictwa katolickie (układ alfabetyczny).

---

<sup>34</sup>Baza wydawców książki katolickiej znajduje się w Aneksie.

<sup>35</sup>Począwszy od Raportu z roku 2003.

<sup>36</sup>Autorzy raportów zamieścili w wykazie tych edytorów, którzy w poszczególnych latach wypełnili ankiety i zostali uwzględnieni w badaniach.

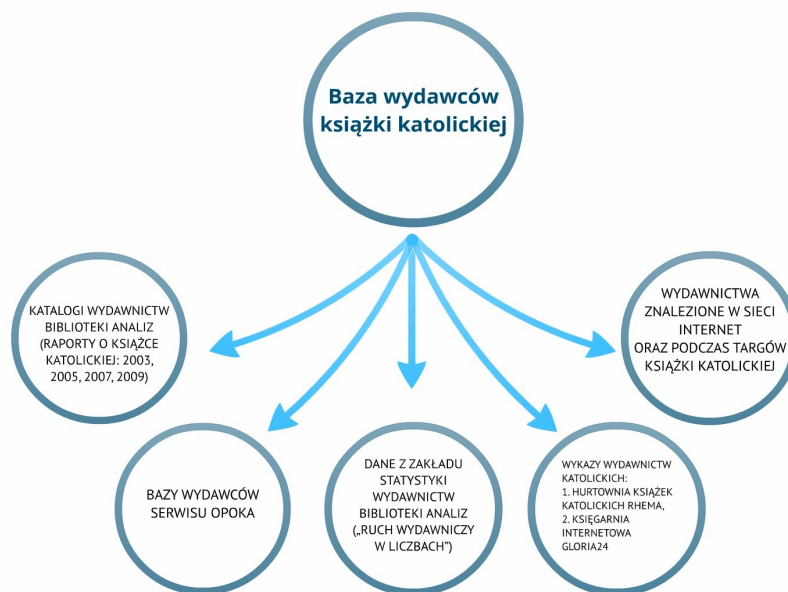
<sup>37</sup>Ze strony głównej [www.opoka.org.pl](http://www.opoka.org.pl), z menu po lewej stronie, wybieramy w zakładkę Katalog adresów internetowych. Następnie z działu Media i informacje wzbieramy link Wydawnictwa. Zamieszczoną w serwisie bazę można przeszukiwać, za pomocą wyszukiwarki, po nazwie wydawcy (wyszukiwarka u góry strony) lub po linku witryny internetowej wydawcy (wyszukiwarka u dołu strony). W centralnym panelu strony wyświetla się katalog wydawnictw, który zawiera: nazwę oficyny, adres jego witryny WWW i krótki opis charakteryzujący jej działalność. Jeśli nie korzystamy z wyszukiwarki to dane są wyświetlane alfabetycznie lub w kolejności dodawania – w zależności od wybranego typu sortowania.

<sup>38</sup>Ze strony głównej [www.opoka.org.pl](http://www.opoka.org.pl), z menu po lewej stronie, wybieramy zakładkę Dane nt. Kościoła. Z ukazującej się podstrony wybieramy odnośnik Media.

Następnie porównano stan dotychczas utworzonej listy z materiałem nadesłanym przez Zakład Statystyki Wydawnictw Biblioteki Narodowej<sup>39</sup>. Dane w postaci tabeli, opracowanej na podstawie rocznika „Ruch Wydawniczy w Liczbach”<sup>40</sup>, zawierały wykaz wszystkich wydawców katolickich, którzy wysłali egzemplarz obowiązkowy do księżnicy narodowej do roku 2010 włącznie.

W końcowym etapie pracy zaktualizowano i uzupełniono bazę o wydawnictwa, z którymi współpracują dwaj najwięksi dystrybutorzy tej części branży: Hurtownia Książek Katolickich Rhema oraz Księgarnia Internetowa Gloria24. Do bazy wprowadzono także oficyny, które zaistniały na rynku w trakcie całej pracy badawczej. Zdarzało się, że przy okazji poszukiwania danych adresowych jednego edytora napotymano na wzmiankę o innej katolickiej oficynie. Rysunek 1. prezentuje w postaci graficznej wszystkie źródła, na podstawie których powstała baza wydawców katolickich, zamieszczona w Aneksie do niniejszej pracy.

**Rysunek 1.** Źródła do bazy wydawców książki katolickiej



**Źródło:** Opracowanie własne.

<sup>39</sup>A. SEROKA: Temat: Książki wydawców religijnych/głównie katolickich/ [on-line]. Do Joanna Wróbel. 19.09.2011 [cytowany 09 marzec 2013]. Korespondencja osobista.

<sup>40</sup>Rocznik ukazujący się od 1955 roku, opracowywany przez Bibliotekę Narodową na podstawie egzemplarza obowiązkowego druków, opublikowanych przez wydawców mających swoją siedzibę na terenie Polski.

### Podział wydawnictw ze względu na formę własności

Kryterium własności jest głównym, najbardziej czytelnym i najczęściej stosowanym podziałem oferentów tej branży rynku wydawniczego. Za pierwsze oficyny katolickie należy uznać drukarnie zakonne<sup>41</sup>, które pojawiły się w Polsce w XVI w. i po przekształceniach w firmy wydawnicze, dzisiaj nadal stanowią prawie 1/4 rynku. Następnie dzięki działalności Akcji Katolickiej w Polsce ośrodki wydawnicze zaczęły powstawać przy diecezjach. W analizach statystycznych dotyczących Kościoła katolickiego z roku 1937<sup>42</sup> dane były zaprezentowane z uwzględnieniem podziału na drukarnie kościelne: 1. Diecezjalne, 2. Zakonne. Poniżej zaprezentowano różne warianty typologii wydawnictw katolickich.

**Typologia stosowana przez redaktorów Biblioteki Analiz.** Pierwszy *Raport o książce katolickiej*<sup>43</sup> powołuje się na pracę magisterską Anny Kowalewskiej *Wydawnictwa katolickie w PRL*, która przypisała oficyny do następujących grup pod względem przynależności:

Grupa I – Wydawnictwa diecezjalne.

Grupa II – Wydawnictwa zakonów i zgromadzeń zakonnych.

Grupa III – Wydawnictwa wyższych uczelni katolickich.

Grupa IV – Wydawnictwa społeczne.

Grupa V – Wydawnictwa stowarzyszeń i organizacji związanych z Kościołem.

Grupa VI – Wydawnictwa przy redakcjach czasopism.

Dalej autor upraszcza ten podział nadal odnosząc się do pracy Anny Kowalewskiej<sup>44</sup>. Jest to podział ilościowy ze względu na formę własności:

Grupa I – Wydawnictwa związane z działalnością wyższych uczelni.

Grupa II – Wydawnictwa związane z działalnością instytucji i stowarzyszeń katolickich.

Grupa III – Wydawnictwa diecezjalne i zakonne.

Grupa IV – Wydawnictwa prywatne.

W kolejnej publikacji Jakub Frołow<sup>45</sup> nieznacznie modyfikuje przyjęty w 2001 roku podział:

Grupa I – Wydawnictwa diecezjalne i zakonne.

Grupa II – Wydawnictwa prywatne.

Grupa III – Wydawnictwa organizacji i stowarzyszeń związanych z Kościołem.

Grupa IV – Wydawnictwa uczelniane.

---

<sup>41</sup>K. KOROTAJOWA: *Drukarnie zakonne...*, kol. 233-236.

<sup>42</sup>M. PIROŻYŃSKI, S. SZCZĘCH: *Rocznik statystyczny Kościoła...*, s. 86.

<sup>43</sup>J. FROŁOW: *Raport o książce katolickiej...*, s. 29.

<sup>44</sup>Ibidem, s. 35.

<sup>45</sup>J. FROŁOW: *Wydawnictwa katolickie w Polsce 2003*, s. 7.

**Typologia stosowana w serwisie Opoka.** Redaktorzy serwisu Opoka uporządkowali katalog wydawnictw katolickich według następujących kategorii:

1. Wydawnictwa diecezjalne.
2. Wydawnictwa zakonne.
3. Inne wydawnictwa katolickie:
  - Związane z instytucjami naukowymi.
  - Związane z instytucjami kościelnymi, stowarzyszeniami, ruchami i fundacjami.
  - Związane z periodykami lub innymi mediami.
  - Wydawnictwa niezależne.

Punktem wyjścia do stworzonej typologii wydawców katolickich w niniejszej pracy stał się podział zastosowany na stronach Opoki:

- I. Wydawnictwa diecezjalne i seminaryjne.
- II. Wydawnictwa zakonne.
- III. Wydawnictwa związane z instytucjami naukowymi.
- IV. Wydawnictwa związane z instytucjami kościelnymi, stowarzyszeniami, ruchami i fundacjami.
- V. Wydawnictwa związane z periodykami lub innymi mediami.
- VI. Wydawnictwa niezależne.

### **Podział wydawnictw ze względu na wielkość oficyny**

Wpływ transformacji na rynek wydawniczy znakomicie widać z perspektywy wzrostu liczby oficyn oraz zróżnicowania wydawców pod względem wielkości. W latach 90. zarysował się wyraźny podział na dużych edytorów, wydających wiele tytułów, którzy dystrybuują je w skali ogólnokrajowej oraz na mniejsze oficyny, publikujące mniej i rozprowadzające swoje tytuły lokalnie. Wydawcy coraz częściej traktują sprzedaż w sposób profesjonalny, prowadząc na szeroką skalę działalność marketingową. Wciąż nie jest to jednak zjawisko powszechne, obejmujące wszystkich uczestników tego rynku. Dominują sytuacje, gdzie więksi wydawcy kładą nacisk na promocję, a mali często ograniczają się do opublikowania tytułu i na tym ich rola się kończy. Problemy te zostaną szerzej omówione w części rozprawy dotyczącej promocji książki katolickiej.

Pierwszy *Raport o książce katolickiej* wyodrębnia grupy wydawnictw katolickich pod względem wielkości obrotu w 2000 roku<sup>46</sup>: 1. wydawnictwa duże o obrotach powyżej 5 mln zł, 2. wydawnictwa średnie o obrotach pomiędzy 1 a 5 mln zł, 3. wydawnictwa małe o obrotach niższych niż 1 mln zł.

W kolejnym opracowaniu, w ujęciu wysokości obrotów uzyskanych w 2002 roku, wyróżniono cztery grupy<sup>47</sup>: 1. wydawnictwa o obrotach rocznych powyżej 10 mln zł, 2. wydawnictwa o obrotach rocznych od 2 do 10 mln zł, 3. wydawnictwa o obrotach rocznych poniżej 2 mln zł do 1 mln zł, 4. wydawnictwa o obrotach rocznych poniżej 1 mln zł.

W trzecim *Raporcie...* typologia wydawnictw także się zmienia<sup>48</sup>: 1. wydawnictwa duże o obrotach rocznych powyżej 10 mln zł, 2. wydawnictwa średnie o obrotach rocznych od 5 do 10 mln zł, 3. wydawnictwa małe o obrotach rocznych poniżej 5 mln zł do 1 mln zł, 4. wydawnictwa drobne o obrotach rocznych poniżej 1 mln zł.

*Raport...* z 2007 roku znowu nieco inaczej podaje podział wydawców katolickich w świetle przychodów ze sprzedaży z 2006 roku<sup>49</sup>: 1. wydawnictwa duże o obrotach rocznych powyżej 9 mln zł, 2. wydawnictwa średnie o obrotach rocznych od 2 do 9 mln zł, 3. wydawnictwa małe o obrotach rocznych poniżej 2 mln zł.

*Raport...* z 2009 roku przyjmuje taki podział wydawców<sup>50</sup>: 1. wydawnictwa duże o obrotach rocznych powyżej 10 mln zł, 2. wydawnictwa średnie o obrotach rocznych od 5 do 10 mln zł, 3. wydawnictwa małe o obrotach rocznych od 2 do 5 mln zł, 4. wydawnictwa bardzo małe o obrotach rocznych poniżej 2 mln zł.

Zmiany zakresów liczbowych dla grup wydawców są spowodowane dynamicznym rozwojem finansowym branży wydawniczej, który w wybranych latach wykazywał tendencje wzrostowe. Sytuację dobrze ilustruje tabela 12, prezentująca powyższe liczby w postaci zestawienia.

---

<sup>46</sup>J. FROŁOW: *Raport o książce katolickiej...*, s. 38-41.

<sup>47</sup>J. FROŁOW: *Wydawnictwa katolickie w Polsce 2003*, s. 12-15.

<sup>48</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005*. Warszawa 2005, s. 30-42.

<sup>49</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007*. Warszawa 2007, s. 49-56.

<sup>50</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2009. Warszawa 2009.*, s. 44-45. Przedziały zostały ustalone na podstawie danych przytoczonych przez k. Frołowa, gdyż autor przyjmuje dwa stanowiska w zależności od uwzględnionej oferty.

**Tabela 12.** Podział pod względem wielkości obrotów wydawnictw katolickich w wybranych latach

ROK PUBLIKACJI RAPORTU	2001	2003	2005	2007	2009
PODZIAŁ POD WZGLĘDEM WIELKOŚCI OBROTU	>5 5 mln zł	>10 mln zł	>10 mln zł	>9 mln zł	>10 mln zł
	1-5 mln zł	2-10 mln zł	5-10 mln zł	2-9 mln zł	5-10 mln zł
	<1 mln zł	<2 mln zł	1-5 mln zł	<2 mln zł	2-5 mln zł
		<1 mln zł	<1 mln zł		<2 mln zł

**Źródło:** Opracowano na podstawie danych ujętych w raportach o książce katolickiej Biblioteki Analiz.

## 2.2 Kształtowanie oferty tytułowej przez wydawców książki katolickiej

Komunikacyjne ujęcie książki jako nośnika treści zakłada, że powinna ona zaspokoić potrzeby emocjonalne, poznawcze, rozrywkowe itp. potencjalnych odbiorców. Jest więc wydawana po to, by znaleźć swojego czytelnika. Kształtowanie, ukierunkowanej na adresatów, oferty wydawniczej nazywamy segmentacją rynku. Ta z kolei wynika z zapotrzebowania (popytu) na określony typ publikacji oraz możliwości działania edytora. Można wyróżnić sześć dużych segmentów na rynku książki<sup>51</sup>: rynek nauki, rynek informacji, rynek dydaktyki, rynek lektur spontanicznych (rynek lektur czasu wolnego, rynek emocji), rynek wiary, zespół rynków „niszowych”. Powyższy ogólny podział wyznaczają nie tylko zróżnicowanie oferty i potrzeb adresatów, ale także odmienne kanały dystrybucji, cele i reguły zarządzania polityką wydawniczą, zasady ustalania wysokości nakładów i kalkulacji cen. Każdy segment ma własną infrastrukturę w postaci instytucji, nagród literackich, targów książki, księgarni, klubów czytelniczych itp. Ponadto dany tytuł może występować na kilku rynkach, a sam użytkownik może być czytelnikiem książek oferowanych przez różne segmenty.

Segmentacja rynku książki, dokonywana ze względu na cele merkantylne wydawnictwa, współlistnieje z tzw. koncepcją obiegu literatury, która obejmuje wszystkich uczestników procesów komunikacyjnych – odbiorców, pośredników i autorów. Stefan Żółkiewski, badając polską kulturę literacką pierwszej połowy XX w., wyróżnił pięć obiegu: wysokoartystyczny, popularny, brukowy, „dla ludu” i jarmarczny. Każdy z nich miał swoich czytelników, pisarzy, teksty i instytucje. Współcześnie możemy wyróżnić trzy: wysoki, popularny i okolicznościowy.

Wydawcy katoliccy, podobnie jak cała branża edytorska, podejmując działania mające na celu zaspokajanie potrzeb czytelniczych odbiorców, korzystają ze znajomości segmentacji rynku i obiegu czytelniczych. Jednak, aby wypracować mocną pozycję na rynku, nie wystarczy skupić się tylko na pokryciu popytu. Konfesyjne domy wydawnicze wiedzą o tym doskonale, czego przykładem jest kreowanie przez nich wzorów zachowań czytelniczych. Służą temu komunikaty nadawane przez edytora, które towarzyszą wprowadzaniu tytułu na rynek. W systemie książki religijnej można wyróżnić trzy wzory zachowań czytelniczych, dla literatury wysokiej, literatury popularnej i nurtu literatury okolicznościowej. Wymienione wzory wskazują na wysoką polaryzację krajowej literatury katolickiej, gdyż w większości funkcjonuje ona równolegle w obiegu wysokoartystycznym i popularnym. Dla uczestników pierwszego z nich wydawcy przy-

---

<sup>51</sup>A.S. KONDEK: *Zagadnienia wydawnicze i księgarskie*. Warszawa 2010, s. 109.

gotowują edycje specjalne, tak pod względem edytorskim – szata graficzna, ilustracje, jak treściowym – dzieła teologiczne, filozoficzne, literatura piękna. Publikacje popularne odpowiadają na potrzeby odbiorców o innych wymaganiach i niższych kompetencjach czytelnich, a sam kontakt zachodzi w specyficznej sytuacji komunikacyjnej, na którą często wpływają czynniki pozaliterackie. Mogą to być m.in. społecznie praktykowane sposoby spędzania czasu wolnego, realizowane w aspekcie wypoczynku i rozrywki. Jeśli analizujemy wymienione wcześniej części składowe ogólnego rynku wydawniczego, to w pierwszym momencie zauważymy, że pozycje katolickie znajdują własne miejsce na rynku wiary, który oferuje publikacje o treściach religijnych różnych wyznań, chrześcijańskich i niechrześcijańskich. Nie zamyka się ona jednak tylko w tym sektorze, swobodnie przekraczając ramy rynku lektur spontanicznych, nauki, dydaktyki czy informacji, wkracza także na tzw. rynki „niszowe”.

Kształtowanie oferty tytułowej przez wydawców książki katolickiej odbywa się w oparciu o segmentację rynku, znajomość obiegów czytelnich i kreowanie wzorów zachowań odbiorców. Ten zespół narzędzi czerpie z całej palety czynników, które występują na rynku publikacji i ulegają ciągłym zmianom. Należą do nich m.in.: motywy kierujące czytelnikami podczas zakupów w księgarni, mody czytelnice, trendy czytelnice, znaczące wydarzenia w życiu społecznym i kulturalnym, które kreują popyt na tematykę dzieł oraz gatunki i treści charakterystyczne dla literatury konfesyjnej.

Motywy kupowania książek – są to „powody określonego zachowania się ludzi wynikające z potrzeb, odczuć, skłonności i cech charakteru”<sup>52</sup>. Książki mogą być środkiem do osiągnięcia wyznaczonego celu lub kontynuowania podjętych działań, służą temu podręczniki szkolne (np. do nauki religii, pomoce katechetyczne), i akademickie (np. publikacje teologiczne, podręczniki uniwersyteckie), książki służące doskonaleniu profesjonalnemu (tytuły skierowane dla księży i kaznodziejów, animatorów grup modlitewnych i in.), poradniki (duchowe, psychologiczne), oraz książki przydatne do rozwijania pasji i uprawiania zajęć amatorskich. Innym czynnikiem skłaniającym do zakupu są indywidualne zainteresowania czytelnika. Zaspokaja je literatura piękna oraz te pozycje naukowe i popularnonaukowe, które należą do tzw. swobodnego wyboru czytelniczego. Klient księgarni może mieć własną trwałą strukturę motywacyjną, która wynika z jego osobowości i aspiracji poznawczo-kulturalnych lub zachowywać się pod wpływem działających bodźców. Ten drugi aspekt jest wykorzystywany przez domy książki, gdzie wysyłane są komunikaty promocyjne oddziałujące na podświadomość. Skala powodów, dla których czytelnik decyduje się na zakup bądź obcowanie z wybranym tytułem rozciąga się od potrzeby rozrywki do potrzeb naukowych, a wzory zachowań czytelnich

---

<sup>52</sup> *Współczesne polskie księgarstwo*. Wrocław 1981, s. 140-142.



są z nimi ściśle związane.

Wydawcy literatury konfesyjnej, obserwując zmieniające się na rynku mody społeczne, zauważyli silny zwrot cywilizacji zachodu w kierunku świadomego odżywiania się. Wprowadzając na rynek liczne publikacje dotyczące zdrowego żywienia, zaspokajają popyt i realizują cele merkantylne. Edytorzy świadomie nasycają rynek publikacjami, m.in. św. Hildegardy z Bingen<sup>53</sup> lub dziełami współczesnych twórców traktujących o metodach żywienia, co z kolei wpływa na wzrost popularności mistyczki. Tego typu pozycje w ofercie mają m.in.: Wydawnictwo Esprit (Wighard Strehlow – *Święta Hildegarda z Bingen. Medycyna na każdy dzień*, Paul Ferris – *Z apteki św. Hildegardy. Skarbnica średniowiecznej wiedzy leczniczej*, Jany Fournier-Rosset – *Z kuchni świętej Hildegardy. Potrawy dla zdrowia i radości*), Wydawnictwo Pax (Petra Hirscher – *Leczymy się i gotujemy ze św. Hildegardą. Receptury i recepty ze średniowiecznego klasztoru*, Reinhard Schiller – *Ziła z apteki świętej Hildegardy*). Wydawnictwo Jedność (Kluge Heidelore – *Wielka księga Hildegardy z Bingen. Tajemnice zdrowego życia*). Większą liczbą tytułów średniowiecznej uzdrowicielki może pochwalić się Wydawnictwo M: *Przyrodolecznictwo i Ziła św. Hildegardy* autorstwa mistyczki oraz trzy książki Brigitte Schmidle i Brigitte Pregoner: *Kuchnia św. Hildegardy, Leczenie chorób. Św. Hildegarda z Bingen, Praktyczny poradnik zdrowego życia. Św. Hildegarda z Bingen*. W treści dotyczące dbałości o zdrowie obfituje również cała seria „Biblia leczy” autorstwa dr. Don Colberta ukazująca się nakładem Wydawnictwa M. Cykl liczy kilkanaście tomów, np. : choroby skóry, alergie, rak, zaburzenia snu, choroby serca.

Wśród odwiedzających księgarnie spora grupa osób poszukuje książek kulinarnych. Oficyny katolickie, zwłaszcza zakonne, proponują czytelnikom coraz to nowe tytuły prezentujące przepisy i zdradzające zakonne receptury. Wszystko to bardzo często w analogii do zdrowego i wartościowego żywienia. Asortyment w tej kategorii jest niezwykle bogaty i szeroki, a stałe dodruki i wznowienia świadczą o rosnącym zainteresowaniu podobną literaturą. Na rynku dostępne są pozycje ogólne, np. *Zdrowe odżywianie według recept klasztornych* Petry Altmann (Księgarnia św. Wojciecha), *Tajemnice Klasztornych Specjałów* (Jedność), *Receptury klasztorne. Dla duszy i ciała* Jacka Kowalskiego (Klub Książki Katolickiej), ale nie brak także typowych zbiorów przepisów, np.: *Gotujemy ze świętymi. Ilustrowana skarbnica autentycznych przepisów* (Księgarnia św. Wojciecha). Niektórzy wydawcy konkurują ze sobą na kulinarne interpretacje dań i wypieków według sióstr: *Jarska kuchnia siostry Anieli* – s. Aniela Garecka (Salwator), *Kuchnia sióstr Sercanek* (Wydawnictwo AA), *173 Specjały siostry Anastazji* – s. Anastazja Pustelnik (WAM), *Ciasta siostry Leonilli* – s. Leonilla (Wydawnictwo Sióstr Loretanek, obecnie

---

<sup>53</sup>Św. Hildegarda z Bingen (1098–1179) – mistyczka, uczona, pisarka i kompozytorka muzyki sakralnej.

Fundacja „Nasza Przyszłość”), *Kuchnia siostry Filomeny* – s. Filomena (Wydawnictwo M). Większość wydań książek kucharskich z nazwiskami zakonnicy osiąga wysokie nakłady i cieszy się ogromną sympatią czytelników, co obserwujemy podczas imprez targowych, gdzie na stoiskach wydawców można spróbować dań przygotowanych przez autorki, otrzymać autograf i zasięgnąć fachowej porady. O niezwyklej popularności gotujących siostr świadczą także wysokie nakłady: książki s. Anastazji łącznie sprzedały się w milionie egzemplarzy<sup>54</sup> oraz zaistnieniem zakonnicy w mediach – s. Aniela prowadzi własny program na kanale Religia.tv, a s. Leonilla spotyka się ze słuchaczami w Radiu Maryja.

Panująca od wielu lat moda na literaturę poradnikową i motywacyjną nie ominęła także sektora wydawców katolickich. Najczęściej kupowane są publikacje o tematyce psychologicznej i rodzinnej: *Jak zmienić swoje życie*, *Jak kochać po ślubie*. Niezwykle bogatą ofertą dysponuje Wydawnictwo „W drodze”. Oto kilka wybranych tytułów z aktualnej oferty: *O sensie melancholii*, *Oswoić lęk*, *Książeczka o dobrym życiu*, *Mężczyźni i ich sekrety*. Ogromnym zainteresowaniem cieszą się książki o. Ksawerego Knotza OFM Cap. – *Seks, jakiego nie znacie* (Edycja Świętego Pawła), *Nie bój się seksu, czyli kochaj i rób, co chcesz* (Esprit), *Puzzle małżeńskie* (Znak). Wysoką sprzedażą zwraca także uwagę publikacja *Małżeństwo i rodzina: 50 pytań. Mały poradnik rodziny chrześcijańskiej* (Instytut Edukacji Społecznej i Religijnej im. ks. Piotra Skargi). Poradniki psychologiczno-duchowe cieszą się powodzeniem u czytelników i wielu wydawców stara się mieć tytuły z tego zakresu w swojej ofercie (Wam, Rafael, „W drodze”, eSPe). Podążanie za potrzebami nabywców świadczy o tym, że rynek literatury konfesyjnej nadąża za panującymi trendami i dobrze sobie radzi w branży wydawniczej.

Wymieniona powyżej literatura poradnikowa (w tym kulinarna) oraz publikacje zgodne z oczekiwaniami czytelników, którzy podążają za trendami czytelnictwem, najczęściej wpisują się w nurt literatury popularnej. Wydawcy konfesyjni, dobierając tytuły do swojej oferty, starają się także wykorzystywać sytuacje sprzyjające kupowaniu książek, jakimi są różne okoliczności życiowe. Kreują w ten sposób odbiorców literatury okazjonalnej. Wydawnictwa okolicznościowe to tytuły związane z celebracją wydarzeń rodzinnych, np. narodzin, ślubu, pogrzebu, przystąpienia do sakramentów świętych, dotyczące ważnych wydarzeń publicznych z punktu widzenia katolików, np. jubileusz, śmierć głowy Kościoła, wybór nowego papieża, oraz książki zwyczajowo kupowane na prezent (poradniki, zbiory przepisów, albumy). Dużą popularnością cieszą się pamiątki z okazji chrztu św., i komunii Świętej, bierzmowania, ślubu i rocznic ślubnych oraz wszelkiego rodzaju zbiorki złotych myśli. Bardzo bogatą ofertą małych książeczek upo-

---

<sup>54</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2009...*, s. 20.

minków, będących tomikami aforyzmów i rozważań dysponuje Edycja Świętego Pawła. Nie brak ich też u innych wydawców: Salwator, Wydawnictwo Święty Wojciech, Bernardinum, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu. Szczególnym czasem, gdy sprzedają się wysokie nakłady dziecięcych edycji Pisma Świętego jest okres komunii świętych w kwietniu i maju. Biblia jest też często prezentem nabywanym z okazji zawarcia sakramentu małżeństwa, natomiast *Katechizm Kościoła Katolickiego* z okazji bierzmowania. Część literatury okazjonalnej ukazuje się w postaci albumów. Najszerszą ofertą pięknie i bogato ilustrowanych dzieł dysponuje Wydawnictwo Biały Kruk, które uczyniło z tej formy publikacji swój profil. Wśród innych edytorów publikacji tego typu można wymienić m.in.: „Michalineum”, Oficynę Wydawniczo-Poligraficzną i Reklamowo-Handlową „ADAM” (dalej „Adam”), Wydawnictwo Duszpasterstwa Rolników, Edycję św. Pawła, Rafael, Apostolicum, Jedność, Paulinianum, Biblos, eSPe.

Wprowadzaniu tytułów okazjonalnych na rynek towarzyszą specjalne komunikaty i zabiegi wydawcy oraz dystrybutorów, m.in. eksponowanie okolicznościowych tytułów w oknach wystawienniczych, w wybranych miejscach w księgarni, umieszczanie ich w odrębnych kategoriach e-księgarni, ekspansywne rozszerzenie sprzedaży na księgarnie ogólnosortymentowe, kioski prasowe, stoiska na miejskich targowiskach, super- i hipermarkety. Niektóre tytuły są przygotowywane specjalnie na targi książki oraz zgłaszane do konkursów.

Nie mniej ważnym determinantem branym pod uwagę przy kształtowaniu oferty wydawniczej literatury okolicznościowej są wydarzenia i fakty mające wpływ na życie konsumentów, a więc i odbiorców książek katolickich. Część tych doniosłych wydarzeń ma bezpośredni związek ze Stolicą Piotrową i jej namiestnikiem. Wszystkie pielgrzymki Jana Pawła II do ojczyzny owocowały sporą podażą książek poświęconych Ojcu Świętemu oraz samemu wydarzeniu. Były to antologie homilii, albumy fotograficzne (bogata oferta Wydawnictwa Biały Kruk) oraz tzw. wydawnictwa popielgrzymkowe sprzedające się w bardzo wysokich nakładach. Edytorzy katoliccy dokumentowali również podróże apostolskie Benedykta XVI, np. do Polski i do Bawarii w 2006 roku. Podobnego trendu należy się spodziewać w odniesieniu do papieża Franciszka.

Śmierć Jana Pawła II była wydarzeniem niezwykłym i ważnym w każdym wymiarze: oddziaływała także silnie na rodzimą branżę wydawniczą. Już nie tylko oficyny konfesyjne publikują dzieła związane z osobą Ojca Świętego, ale i spora część wydawców tzw. świeckich stara się wprowadzić na rynek własne tytuły. Dokonało się też większe otwarcie księgarstwa na ofertę wydawnictw religijnych. Wiele tytułów sprzedało się w ogromnych nakładach, np. *Pamięć i tożsamość* (Znak) – ok. 1 mln. egz., *Wstańcie, chodźmy* (Wydawnictwo św. Stanisława BM Archidiecezji Krakowskiej, dalej Wydaw-

nictwo św. Stanisława BM) – 150 tys. czytelników, *Testament* (Wydawnictwo M/KAI), *Jan Paweł II poza protokołem* i *Śladami Jana Pawła II* (Rafael/Arti), *Kwiatki Jana Pawła II* (Znak), *Droga do świętości. Jan Paweł Wielki* ks. Mieczysława Malińskiego (Wydawnictwo M), *Jan Paweł II dzień po dniu. Ilustrowane kalendarium wielkiego pontyfikatu 1978-2005* (Biały Kruk). Wymienione tytuły sprzedały się w nakładach powyżej stu tysięcy egzemplarzy. Podobny sukces odniosło dwóch edytorów świeckich - Prószyński i S-ka (*Cuda Jana Pawła II*), i Wydawnictwo Literackie (*Autobiografia Jana Pawła II*). Warto zauważyć, że na rynku pojawił się modlitewnik za wstawiennictwem Jana Pawła II (Rafael) i nowenna o beatyfikację (WAM). Sporym powodzeniem cieszą się albumy związane z osobą zmarłego Papieża – książkę *Rok po odejściu* Wydawnictwo Rafael sprzedało w 44 tys. egz., natomiast *Dzieje Wielkiego Pontyfikatu* (Biały Kruk) liczą 27 tomów. Gdyby spojrzeć na ofertę papieską poprzez aktywność tematyczną poszczególnych edytorów, to kilku wydawców szczególnie zasługuje na uwagę<sup>55</sup>: wymieniany już wcześniej Rafael (m.in. seria *Jan Paweł II poza protokołem*), Wydawnictwo św. Stanisława BM (m.in. publikacja wydana na trzecią rocznicę śmierci - *Cuda. Z archiwum procesu beatyfikacyjnego i kanonizacyjnego Ojca Świętego Jana Pawła II*), Wydawnictwo M (seria „Dzieła zebrane Jana Pawła II”<sup>56</sup>).

Przełomy pontyfikatów sprzyjały zainteresowaniu Polaków sprawami Watykanu, co zaowocowało popularnością niektórych tytułów: *Historia wyboru papieży, Konklawe XX wieku* (Wydawnictwo M), *Konklawe. Historia wyboru papieża* (Księgarnia św. Wojciecha), *Jak wybierano papieży* (Niedziela), *Habemus papam* oraz *Ochroniarze papieża* (Rafael).

Wybór na Stolicę Piotrową kardynała Ratzingera, który jako prefekt Kongregacji Wiary i tak był w Polsce często publikowany, spowodował że wydawcy chętnie sięgnęli po twórczość tego autora. Kilka oficyn katolickich szczególnie przyczyniło się do propagowania jego dzieł. Wydawnictwo M wznowiło drukowaną wcześniej książkę: *Kościół. Pielgrzymująca wspólnota wiary, Prawda w teologii, Czas przemian w Europie, Eucharystia. Bóg blisko nas*. Krakowski Salwator regularnie publikował homilie, wykłady, medytacje i refleksje Benedykta XVI: *Demokracja w Kościele, Przestanie Zmartwychwstania, Chrześcijańskie braterstwo*. Inni edytorzy to m.in.: Klub Książki Katolickiej, „Michalineum”, Alleluja, Wydawnictwo AA, Wydawnictwo Święty Wojciech, Esprit, Polwen,

---

<sup>55</sup>Ibidem, s. 13-15.

<sup>56</sup>Zespołowi redakcyjnemu przewodniczył ksiądz prałat Paweł Ptasznik – kierownik Polskiej Sekcji Sekretariatu Stanu Stolicy Apostolskiej. Edycja jest adresowana do naukowców i dla zwykłych czytelników. Zaplanowano XVI tomów. Wydawnictwo przygotowało specjalną witrynę poświęconą projektowi: [www.dzielazebrane.pl](http://www.dzielazebrane.pl). Poszczególne woluminy są formatu A4, po tysiąc stron każdy, oprawne w skórę ze złoceniami, ze złożonym brzegiem stron oraz zakładką.

Rafael, Wydawnictwo św. Stanisława BM, eSPe, „W drodze”, Edycja Świętego Pawła, Homo Dei, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego (dalej Wydawnictwo KUL), Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej „Biblos”. Bardzo duży sukces komercyjny odniosła pierwsza publikacja Benedykta XVI *Jezus z Nazaretu* (Wydawnictwo M). Na specjalną uwagę zasługują jeszcze pozycje Białego Kruka – *Apostołowie* oraz *Paweł i pierwsi świadkowie Chrystusa*, które ukazały się w ramach cyklu *Nowa seria watykańska*. Każdy tom jest kwintesencją nauczania Ojca Świętego z pięknymi reprodukcjami malarstwa Giotta, Rafaela, Tycjana, Memlinga, Leonarda, Caravaggia i innych artystów.

Po rezygnacji Benedykta XVI z posługi biskupa Rzymu i kolejnym konklawe, gdy papieżem został kardynał Jorge Mario Bergoglio, przyjmując imię Franciszek, polscy wydawcy katolicki bardzo sprawnie zareagowali na to nowe powołanie i przygotowując pierwsze tytuły: *Chciałbym Kościoła ubogiego dla ubogich* oraz *Ojciec Święty Franciszek. U progu pontyfikatu* (Wydawnictwo M), *Habemus papam Franciszek* (Rafael), *Franciszek. Papież wielkiej nadziei* (Znak).

Treści papieskie są nadal eksploatowane przez oficyny katolickie, czego przykładem jest imponująca liczba tytułów przygotowana na XVII Targi Wydawców Katolickich pod hasłem „Błogosławiony Jan Paweł II – Osoba – Życie – Działalność – Świadczenie”. Bogata oferta papieska nawiązywała do beatyfikacji Jana Pawła II, która odbyła się 1 maja 2011 roku w Watykanie. Niektórzy analitycy rynku obawiali się, że tak intensywne zainteresowanie literaturą papieską będzie zjawiskiem incydentalnym i po nasyceniu zapotrzebowania oraz spadku emocji zacznie prezentować tendencję malejącą ze wszystkimi negatywnymi skutkami<sup>57</sup>. Tak się jednak nie stało. Co prawda czytelnicy już nie są zainteresowani każdą pozycją poświęconą zmarłemu Papieżowi, ale wybrane tytuły nadal sprzedają się w wysokich nakładach. Natomiast w ogólnej ocenie obroty wydawców mają tendencję zwykłą, rośnie liczba czytelników, a oferta wydawnicza jest niezwykle bogata. Z kolei różnorodność tytułowa przekłada się na stały wzrost w sektorze książki katolickiej. Kuba Frołow prognozuje, że najbliższe lata mogą być trudniejsze dla oficyn, ponieważ zapotrzebowanie na pozycje papieskie osiągnie poziom nasycenia. Wydawcy powinni w umiejętny sposób kreować swoją ofertę, więc zrozumiałe jest, że nie mogą jej opierać wyłącznie o tytuły związane z Janem Pawłem II.

Komponując ofertę wydawniczą edytorzy konfesyjni nawiązują do obchodów jubileuszowych. Zalicza się do nich Rok Jubileuszowy<sup>58</sup>. Na okoliczność roku św. Pawła

---

<sup>57</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2009...*, s. 12-13.

<sup>58</sup>Rok Jubileuszowy (Rok Święty) – w tradycji judeochrześcijańskiej rok szczególnej łaski, przypominający pochodzenie człowieka od Boga, obchodzony cyklicznie, ogłaszany przez papieża; ostatni Rok Święty przy-

powstały specjalne portale informujące o życiu, działalności i pielgrzymowaniu apostoła<sup>59</sup>, a wydawcy zadbali o liczne propozycje książkowe dla wiernych. Czytelnicy chętnie kupują opracowania biograficzne: *Uczniowie i współpracownicy św. Pawła* (Wydawnictwo M), *Słowa św. Pawła* (Bernardinum), *Św. Paweł z Tarsu* (Bratni Zew), *Nawrócenie Apostoła* (Salwator), *Święty Paweł – Apostoł Narodów* (eSPe), *Święty Paweł. Reporter na tropach Apostoła i Paweł z Tarsu. Pierwszy teolog chrześcijaństwa* (Edycja Świętego Pawła), *Apostoł Paweł od nawrócenia aż po Rzym* (Wydawnictwo KUL). Powodzeniem cieszą się też publikacje związane z kultem Świętego: *Katechezy o św. Pawle* autorstwa Benedykta XVI (eSPe), *Modlitwy do św. Pawła Apostoła* (Wydawnictwo M), *Rok świętego Pawła* (Rafael), *Dobrego dnia ze św. Pawłem* (Edycja Świętego Pawła) oraz pozycje poświęcone nauczaniu św. Pawła zawierających liczne edycje *Listów św. Pawła* wraz z komentarzami. Te ostatnie opublikowane głównie przez Wydawnictwo KUL, WAM, Księgarnię św. Wojciecha i Edycję św. Pawła.

Na okoliczność Roku Kapłańskiego *Wierność Chrystusa, wierność kapłana* św. Jana Marii Vianney<sup>60</sup> wydawcy katoliccy również zareagowali bogatą ofertą tytułów: *Jan Maria Vianney. Ciche życie proboszcza z Ars* (Księgarnia św. Wojciecha), *Zapiski z Ars. Notatki naocznego świadka kazań, homilii i rozmów św. Jana Marii Vianneya* (Wydawnictwo Księży Marianów), *Św. Jan Maria Vianney. Myśli na każdy dzień, Drogowskazy dla grzeszników i Kazania proboszcza z Ars* autorstwa św. Jana Marii Vianneya (Wydawnictwo AA), *Różaniec ze świętym Janem Marią Vianneyem* (eSPe), *Święty i diabeł* (Wydawnictwo Karmelitów Bosych), *Św. Proboszcz z Ars* (Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu), *Święty Jan Vianney* (WAM).

1 stycznia 2010 roku rozpoczął się Rok Jubileuszowy w sanktuarium św. Jakuba w Santiago de Compostela<sup>61</sup>. Obchody stanowiły inspirację dla szerszych przedsięwzięć wydawniczych na ten temat: *Drogami św. Jakuba. Duchowa pielgrzymka* (Wydawnictwo M), *Santiago de Compostela. Pielgrzymim krokiem* (WAM) i in.

---

padł w 2000 roku ogłoszony 29 listopada 1998 przez Jana Pawła II jako Wielki Jubileusz dwóch tysięcy lat chrześcijaństwa; Kolejny cykliczny jubileusz powinien przypadać w 2025 r.; Rok Święty ogłasza się również na okoliczność specjalnych okazji poza wyznaczonymi okresami; Benedykt XVI ogłosił taki specjalny Rok Jubileuszowy: 28 czerwiec 2008 – 29 czerwiec 2009 jako Rok św. Pawła w drugie milenium od narodzin św. Pawła oraz 19 czerwiec 2009 – 11 czerwiec 2010 jako Rok Kapłański związany z postacią św. Jana Marii Vianneya.

<sup>59</sup>Święty Paweł Apostoł. Dostępny w Internecie: <http://www.swietypawel.pl> [Data dostępu: 23.05.2011]; Rok Świętego Pawła. Dostępny w Internecie: <http://swpawel.niedziela.pl> [Data dostępu: 23.05.2011].

<sup>60</sup>Rok kapłański. Dostępny w Internecie: <http://rokkaplanski.niedziela.pl> [Data dostępu: 23.05.2011].

<sup>61</sup>Jubileuszowy Rok Święty ogłasza się w Santiago de Compostela we wszystkich latach, w których święto apostoła Jakuba (25 lipca) przypada w niedzielę. Poprzedni obchodzono w 2004 r., a następny będzie dopiero w 2021 r.

Edytorzy akcentują również jubileusze ważne dla Kościoła w Polsce. W 2004 roku była obchodzona dwudziesta rocznica męczeńskiej śmierci ks. Jerzego Popiełuszki, co zaowocowało publikacjami poświęconymi duchownemu, m.in. ukazał się album *Książdz Jerzy Popiełuszko – Sługa Boży, patriota, męczennik* (Biały Kruk), *Popiełuszko. Wolność jest w nas* (Rafael), *Błogosławiony Jerzy Popiełuszko. Zapiski, listy i wywiady Ks. Jerzego Popiełuszki 1967-1984* wraz z płytą CD („Adam”).

Specyficzne dla oferty wydawców katolickich są także dokumenty kościelne, niektóre gatunki i tematy, proponowane w ofercie tytułowej oficyn katolickich. Nie znaczy to, że wydawcy świeccy nie drukują tego typu publikacji. Rynek książki jest niezwykle bogaty i różnorodny, jednak modlitewniki, katechizmy i proza religijna najczęściej ukazują się w katolickich domach wydawniczych. Ponadto dla wielu wierzących z punktu widzenia jakości, rzetelności oraz zgodności z wyznaniem jest istotne czy poszukiwany tytuł ukazał się u katolickiego edytora. Tutaj też zaobserwujemy wyraźną polaryzację odbiorców, w zależności od warstwy merytorycznej przygotowanych dzieł i szaty graficznej, z równoległym komponowaniem oferty dla czytelnika okazjonalnego – niektóre edycje Biblii, żywotów świętych czy serii powieściowych.

### **Biblia**

Biblia jest publikowana od wieków w najróżniejszych wydaniach, przekładach i formatach. Najbardziej popularna w Polsce jest Biblia Tysiąclecia Paulińskiego Wydawnictwa Księży Pallotynów. Oferta tego edytora jest niezwykle bogata, bo zawiera blisko pięćdziesiąt pozycji w kategorii Biblia – Pismo Święte. Projektem zakrojonym na szeroką skalę jest przedsięwzięcie Oficyny Wydawniczej Vocatio, w której ukazuje się „Prymasowska Seria Biblijna” pod redakcją naukową ks. Waldemara Chrostowskiego. Oto kilka tytułów wchodzących w jej skład: *Grecko-polski Nowy Testament. Wydanie interlinearne z kodami gramatycznymi*, *Wielki słownik grecko-polski Nowego Testamentu. Wydanie z pełną lokalizacją greckich haseł, kluczem polsko-greckim oraz indeksem form czasownikowych*, *Konkordacja biblijna do Pisma Świętego Starego i Nowego Testamentu Biblii Tysiąclecia*, *Wielki atlas biblijny*, *Słownik wiedzy biblijnej*, *Synopsa czterech Ewangelii*, *Encyklopedia biblijna*, *Wielkie wydarzenia czasów biblijnych*. Za tę serię wydawniczą Vocatio otrzymało nagrodę Stowarzyszenia Wydawców Katolickich FENIKS 2006. Zupełnie odmienna jest propozycja Wydawnictwa Diecezjalnego i Drukarni w Sandomierzu, które proponuje czytelnikom Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu w formie małych tomików. Seria „Zgłębiać Biblię” krakowskiego Salwatora to bardzo estetyczne opracowanie z bogatym komentarzem autorstwa włoskiego biblisty Gianfranco Ravasi. Bardzo dobrym przyjęciem cieszyły się też wszystkie publikacje znanej polskiej biblistki Anny Świderkówny, ukazujące się za pośrednictwem Wydawnictwa Tyniec (*Bóg Trój-*

*jedyny w życiu człowieka*), Znak (*Biblia a człowiek współczesny*), Oficyny „Adam” (*Nie tylko o Biblii*). Inni polscy komentatorzy Biblii to Waldemar Chrostowski (*Bóg, Biblia, Mesjasz*; Fronda) i ks. prof. Edward Staniek (seria „Wróćmy do Ewangelii”, album *Z narodzeniem Jezusa było tak... i inne*; Rafael). O bogactwie oferty i intensywnej działalności edytorów konfesyjnych w tym zakresie świadczy m.in. zawartość kategorii „Biblia i biblistyka” w internetowej księgarni Gloria24.pl, gdzie wyróżniono następujące podkategorie: Archeologia biblijna, Biblia, Komentarze do Biblii, Medytacje i rozważania biblijne, Wokół Biblii, Wydania ekskluzywne Biblii. Zainteresowani czytelnicy mogą także nabywać dzieła apokryficzne, których teksty wraz z komentarzami ukazały się nakładem Wydawnictwa M (*Zaginiona ewangelia Judasza. Fakty i fikcje*), WAM (woluminy pod red. ks. Marka Starowieyskiego), Wydawnictwa Jedność (*Judasz Iskariota*), Vocatio (*Apokryfy Starego Testamentu w prymasowskiej serii biblijnej*) i wielu innych.

### **Religijna literatura piękna**

Poezja tworzona przez znanych księży wydawana jest w wielu oficynach. Najczęściej czytany jest ks. Jan Twardowski (m.in.: Księgarnia św. Wojciecha, Bernardinum, Edycja Świętego Pawła, Gaudium, PAX, Pallottinum), ale Polacy chętnie kupują także tomiki ks. Malińskiego (Znak), Karola Wojtyły (PAX) i ks. prof. Jerzego Szymika (Emmanuel, Księgarnia św. Jacka). Mniej znani, ale wśród zainteresowanych cieszący się powodzeniem, to Anna Kamińska (PAX), ks. Bogdan Król (Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu), ks. Tadeusz Waldemar Kraus (Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu), Andrzej Sikorski (Księgarnia św. Wojciecha), Krzysztof Lisowski (WAM), Jan Kasper (W drodze), ks. Karol Antoniewicz (PAX), Zbigniew Jankowski (PAX), Ernest Bryll (Gaudium, PAX), ks. Jan Sochoń (PAX, Bernardinum), Stanisław Kobiela SAC (Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec), Zbigniew Jankowski (Bernardinum), Janusz St. Pasierb (Bernardinum), ks. Wiesław Rodzewicz (Księgarnia św. Wojciecha), Wojciech Wencel (Apostolicum).

Powieść religijna<sup>62</sup>, na którą w czasie komunizmu był stale rosnący popyt, w latach 90. nie przeżywała takiego rozkwitu, głównie z powodu braku tytułów, tak rodzimych, jak i zagranicznych autorów. Jednak od kilku lat obserwujemy coraz większą aktywność w tym zakresie. Wydawnictwo PAX publikuje znane od lat książki Zofii Kosak (również Edycja Świętego Pawła i Prodoms), Jana Dobraczyńskiego, Giovannino Guareschiego (seria o proboszczu Don Camillo) oraz Lloyda C. Douglasa (wznowienia – *Szata, Wielki Rybak*, nowość – *Wspaniała obsesja*). Nakładem tego edytora ukazały

---

<sup>62</sup>Oprac. m.in. na podstawie: K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005...*, s. 15-17; K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007...*, s. 24-26.



się także powieści: *Boski Neron* (Alma Johanna Koenig), *Cezar płaci denara*, *Czas minął imperatorze* (Jerzy Piechowski), *Czarnoksiężnik* (William E. Barrett), *Czego chce dziewczyna* (Kristin Billerbeck), *Ogród Leoty* (Francine Rivers), *Imperium kobiet* (Rachel Billington), *Kochanka Piłata* (Gisbert Haefes). Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na brzmienie tytułów. Wydawcy starają się nimi przyciągnąć czytelnika, zaintrygować, wskazać na wątek sensacyjny. Są to zabiegi, które przed okresem transformacji nie były stosowane.

Wydawnictwo M wznowiło powieści Romana Brandstaettera. Oficyna Fronda przypomniała polskim czytelnikom twórczość Gilberta Keitha Chestertona: *Heretycy*, *Obrońca świata*, *Człowiek, który był Czwartkiem*, *Kula i krzyż*, *Ortodoksja*, *Wiekuiasty człowiek*. Dobrych polskich autorów drukuje Polwen, mając w swojej ofercie Halinę Popławską (*Hiszpańska romanca*, *Kwiat lilii we krwi*, *Szkaplerz wandejski*) i Teodora Jeske-Choińskiego (*Gasnące słońce*, *Błyskawice*). Większość wymienionych nazwisk jest doskonale znana polskiemu czytelnikowi, a znikające z półek nakłady kolejnych wydań pokazują, jak ogromny potencjał tkwi w powieści adresowanej do odbiorców prozy religijnej.

Duży sukces odniósł Jan Grzegorzycy – autor książek o duchowości i wierze, m.in. bestsellerowego cyklu o przypadkach księdza Grosera, który ukazał się w świeckim Wydawnictwie Zysk i S-ka. Sukces wydawniczy powieści *Adieu, Trufli* i *Cudzego Pola* zaowocował nowymi tytułami: *O bogatym młodzieńcu, który nie odszedł zasmucony*. *Błogosławiony Michał Czartoryski (1897-1944)* (Znak), *Dziurawy kajak i Boże Miłosierdzie* (Wydawnictwo „W drodze”). Ten drugi edytor zapoznał czytelników z Davidem Torkingtonem – autorem trylogii *Peter Calway. Pustelnik*, *Peter Calway. Prorok*, *Peter Calway. Mistyk* oraz Tedem Dekkerem – *Trzy*, *Błysk*. Z polskich autorów wymienić należy debiutujących ostatnio i cieszących się dobrym przyjęciem: Lidie Ewę Witek – *Wybór Marty*, *Jan z wyspy Patmos* i Katarzynę Matejek – *Wybór Łukasza* (Wydawnictwo Księży Marianów), Piotra Heszena – *Chodząc po Krakowie na czworakach* (Rafael) oraz Marynę Miklaszewską – *Wojtek z Armii Andersa* i Mariusza Paska – *Paragraf 13* (Frona). Opublikowany przez Jedność powieściowy debiut *7 km od Jerozolimy* w roku wejścia na rynek sprzedał się w 10 tys. egz., co jest wynikiem bardzo dobrze zorganizowanej promocji. Niezwykle wartościowe są również przekłady francuskich autorów Jeana Raspaila i Vladimira Volkoffa (Klub Książki Katolickiej). Na polskim rynku ukazały się też tłumaczenia Michaela O’Briena, porównywanego na świecie z Dostojewskim i Tolstojem: *Ojciec Elias* (Wydawnictwo M), *Dziennik zarazy* i *Dom Sophii* (Znak). Wydawnictwo Salwator poszukuje dobrych tytułów na rynku niemieckim i wydało już powieści Hermanna Mulhaupta – *Strach diabła* i *Tajemnica mnicha* oraz Markusa Her-

rmanna – *Kamerdyner papieża*. Ciekawe serie wydawnicze ostatnich lat to: „Biografie Świętych” – powieści autorstwa Louis de Wohl (Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu), „Powieść z blachą” (Wydawnictwo M), „Powieści z duszą” (Znak), „Labirynty” (WAM) i „Powieści z krzyżykiem” (Fronda). Średni nakład powieści katolickich to 3 000 - 6 000 egz., ale zdarzają się bestsellery znacznie przekraczające te liczby. Wszystko w dużej mierze zależy od rozpowszechnienia informacji o książce, czyli działań marketingowych wydawcy i dystrybutorów.

Z bogatej oferty prozy katolickiej wyróżnić należy zbeletryzowane biografie świętych. Są to książki na tyle popularne, że każda księgarnia katolicka (tradycyjna i wirtualna) posiada osobny dział poświęcony tematyce świętych i błogosławionych. Liczbą tytułów w ramach serii „Biografie Świętych” zaskakuje Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu. Zaczęło się od popularyzacji twórczości Louisa de Wohl, którego książki o katolickich świętych stały się międzynarodowymi bestsellerami. Oto niektóre tytuły: *Łagodne światło. Powieść o św. Tomaszu z Akwinu*, *Św. Katarzyna ze Sieny. Oblężenie niebios*, *Św. Joanna d’Arc. Boża wojowniczką*. Do serii weszły także powieści innych twórców, min.: Susan Helen Wallace FSP *Św. Teresa z Lisieux. Z wiarą i miłością*, ks. Norman B. Pelletier SSS *Św. Piotr Julian Eymard. Jutro będzie za późno*. Poza opracowaniami beletrystycznymi niezwykłą popularnością wśród czytelników cieszą się dzieła hagiograficzne. Historie osób wyniesionych na ołtarze od zarania dziejów cieszyły się zainteresowaniem Kościoła, przyciągają nadal wiernych (i nie tylko). Prawie każdy edytor katolicki oferuje przynajmniej kilka opowieści o błogosławionych i świętych, a często są to obszerne antologie. Wielu Polaków uważa, że oprócz Biblii warto mieć w domu również żywoty świętych. Poza tradycyjnymi zbiorami historii o świętych, nieustającym powodzeniem cieszą się wszelkie publikacje dotyczące Ojca Pio (Edycja Świętego Pawła, Serafin, Rafael, Wydawnictwo M, Wydawnictwo Księży Marianów, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, WAM, Salwator, eSPe, Jedność), siostry Faustyny Kowalskiej (Znak, Wydawnictwo AA, WAM, Salwator, Gaudium, Wydawnictwo Księży Marianów, KUL, Wydawnictwo Karmelitów Bosych, eSPe, Rafael), Matki Teresy (Znak, PAX, Edycja Świętego Pawła, Niedziela, Wydawnictwo Księży Marianów, Księgarnia św. Wojciecha, Salwator, WAM, eSPe) oraz Charlesa de Foucauld, św. Franciszka z Asyżu, Jana Marii Vianney’a, Joanny Beretty Molla, Teresy od Dzieciątka Jezus i innych. W ostatnich latach coraz większą popularnością w naszym kraju cieszą się Święta Rita (eSPe, PROMIC Wydawnictwo Księży Marianów, WAM, Wydawnictwo Instytut Teologiczny Księży Misjonarzy, Rafael, Edycja Świętego Pawła, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu) i mistyczka Święta Hildegarda z Bingen (Rafael, eSPe, Wydawnictwo AA, WAM).

### **Modlitewniki**

Wielu wydawców zbudowało swoją ofertę w oparciu o publikacje modlitewne, są to książki o modlitwie i życiu wewnętrznym, litanie, modlitewniki, nabożeństwa, nowenny, rozważania. Czytelnik ma tak duży wybór w tej tematyce, że niejednokrotnie będzie mu trudno podjąć decyzję. Bogactwo edycji książeczek do nabożeństwa i tomików modlitewnych jest szerokie i skierowane do różnych odbiorców: dla dzieci – *Mój malutki mszalik* (Edycja Świętego Pawła), dla młodzieży – *Modlitwa psalmami* (eSPe), dla osób dojrzałych – *Modlitewnik seniora* (Rafael), dla matek – *Modlitwy dla matek oczekujących potomstwa* (Wydawnictwo M) i wiele innych. Księgarnia internetowa Gloria24 w kategorii modlitewniki wyodrębnia tytuły dla dzieci, od tych dla dorosłego odbiorcy. Pomimo niezwykle dużego wyboru nie jest łatwo o dobry modlitewnik dla dzieci. Warstwa merytoryczna jest zazwyczaj satysfakcjonująca, ale znaczny problem stanowią ilustracje. Często są one infantylne lub schematyczne. Warto aby wydawcy katoliccy, zwłaszcza ci z szeroką ofertą dla dzieci, przekroczyli próg stereotypowych przedstawień elementów liturgii i wizualizacji modlitwy codziennej.

### **Katechizmy i materiały do nauki religii**

Wiodącym wydawnictwem katolickim, które ma bogatą ofertę katechetyczną, jest WAM. Przygotowało ono dla odbiorców specjalny serwis katechetyczny<sup>63</sup>, w którym znajduje się szczegółowy wykaz podręczników, można też zamówić aktualny katalog katechetyczny i skorzystać z *Niezbędnika katechety* (m.in. plany wynikowe, klucze do kartkówki, oferta edukacyjna), oraz działu *Informacje*, gdzie na bieżąco pokazują się notatki ważne dla nauczycieli religii. Poza podręcznikami szkolnymi wydawnictwo oferuje podręczniki metodyczne, materiały pomocnicze i podręczniki do katechezy parafialnej. Przygotowane serie są adresowane do przedszkolaków, uczniów szkoły podstawowej, gimnazjalistów, uczniów szkoły zawodowej oraz licealistów i uczniów technikum. Wszystkie tytuły mają odpowiedniki w postaci podręcznika metodycznego dla nauczycieli. Dział materiałów pomocniczych zawiera dokumenty katechetyczne, pomoce katechetyczne (dodatkowe scenariusze, atlasy biblijne), materiały okołokatechetyczne, jak książki do wykorzystania podczas lekcji religii lub do pogłębienia wiedzy i literaturę naukową.

Kolejną oficyną specjalizującą się w wydawaniu podręczników do katechezy jest kieleckie Wydawnictwo Jedność. Przygotowana w nim seria dla przedszkolaków nosi tytuł „W radości dzieci Bożych” i oprócz podręczników zawiera również płyty CD z piosenkami i opowiadaniem. Oferta dla szkół również podzielona jest na cykle: „W rodzinie

---

<sup>63</sup>Serwis katechetyczny Wydawnictwa WAM. Dostępny w Internecie: <http://katecheza.wydawnictwowam.pl> [Data dostępu: 23.05.2011].

dzieci Bożych” (I-III) i „W przyjaźni z Bogiem” (IV-VI) – szkoła podstawowa, „W drodze do Ojca” – gimnazjum, „Życ, aby wierzyć i kochać” – liceum i technikum. Materiały do bierzmowania noszą wspólny tytuł „Otrzymacie Jego moc”. Oferta Jedności obejmuje też dwa podręczniki skierowane dla uczniów szkoły specjalnej. Tytuły poszczególnych serii otrzymały wsparcie w postaci podręcznika metodycznego dla nauczyciela, a dodatkowo dział pomocy katechetycznych zawiera blisko osiemdziesiąt dodatkowych publikacji ze scenariuszami lekcji i przedstawień, metodami pracy, opowiadaniem, propozycjami nabożeństw itp.

Komplet podręczników do nauki religii posiada także Wydawnictwo Święty Wojciech. Na stronie internetowej oficyny dostępny jest specjalny serwis<sup>64</sup>, gdzie można skorzystać z planów wynikowych, zasad oceniania, pozycji wydawniczych, wykazu programów i podręczników, bezpłatnego katalogu katechetycznego, prenumeraty miesięcznika „Katecheta” oraz newslettera z nowościami. Przygotowano odrębne serie dla poszczególnych poziomów nauczania: przedszkole, szkoła podstawowa, gimnazjum, szkoła ponadgimnazjalna i nadprogramowo dla uczniów niesłyszących (gimnazjum). Wydawca udostępnia pełną ofertę metodyczną dla nauczycieli oraz do prowadzenia katechezy parafialnej, a dodatkowo szereg pomocy katechetycznych (scenariusze, statystyki, opracowania, plansze edukacyjne, atlas biblijny, dodatkowe konspekty itp.)

W swojej ofercie pomoce duszpasterskie i katechetyczne ma również Wydawnictwo Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu. Należą do nich m.in. broszury związane z sakramentami świętymi (*Namaszczenie chorych, Pokuta i pojednanie, Bierzmowanie, Eucharystia, Chrzest*), materiały do powielania – *Katecheza eucharystyczna w szkole i w parafii*, podręczniki dla przedszkolaków – *Elementarz katechetyczny czterolatka, Elementarz katechetyczny pięcioletka*.

Są też wydawnictwa konfesyjne, które nie mają pełnej propozycji podręcznikowej, ale opracowały bogate i różnorodne materiały wspierające nauczanie religii, prowadzenie grup młodzieżowych (ministranci, oaza, Dzieci Maryi), i pracy dydaktycznej z młodzieżą. Na uwagę zasługuje seria „Odkrywać prawdę” wydawnictwa eSPe. Jest to publikacja trzypłytowa z płytami CD, która służy pomocą duszpasterską moderatorom, katechetom i animatorom młodzieży. Oficyna eSPe wydaje też zbiorki scenariuszy lekcji i teatrzyków, np. *Nasz teatrzyk. Scenariusze dla przedszkolaków* oraz inne tytuły służące pracy katechetycznej. Interesującą propozycję ma Wydawnictwo św. Stanisława BM, m.in. rozważania katechizmowe autorstwa ks. Edwarda Stańka: *Bogactwo i piękno świata dobra, Bogactwo i piękno objawionej prawdy, Bogactwo i piękno świata*

---

<sup>64</sup>Wydawnictwo Święty Wojciech: Dla katechetów Dostępny w Internecie: [http://www.ksw.com.pl/pl/dla\\_katechetow.html](http://www.ksw.com.pl/pl/dla_katechetow.html) [Data dostępu: 23.05.2011].

*łaski, Bogactwo i piękno świata miłości*, opracowania do wykorzystania na lekcjach religii w ciągu całego roku: *Nie bójcie się marzyć. Nabożeństwa i katechezy okolicznościowe, 100 pomysłów dla katechetów* – Phyllis vos Wezeman, oraz materiały przygotowujące do bierzmowania: *Wypłynąć na głębiej...*

### Homiletyka

Zainteresowanie wśród czytelników wzbudza także literatura homiletyczna. Znaczną jej sprzedaż świadczy o tym, że sięgają po nią nie tylko duchowni i kapłani przygotowujący kazania, ale i osoby świeckie. Popularnością cieszą się książki: o. Raniero Cantalamessa OFM Cap. (Salwator, Serafin, eSPe), ks. Bronisława Mokrzyckiego (WAM), ks. Bogusława Nadolskiego TChr. (WAM), Tomáša Špidlika (Bratni Zew), Wacława Hryniewicza OMI (Verbinum), ks. Tadeusza Dajczera (Edycja Świętego Pawła, Fidei), Augustyna Pelanowskiego OSPPE (Wydawnictwo w Misji, Wydawnictwo Misjonarzy Krwi Chrystusa Pomoc), Krzysztofa Wonsa SDS (Salwator). A to tylko nieliczni autorzy, po których rozważania nad Ewangelią, życiem i sprawami ostatecznymi sięgają czytelnicy literatury katolickiej.

W ostatnich latach coraz więcej osób sięga także po rekolekcje i rozważania Pisma Świętego swoich ulubionych duchownych. Niezwykłą popularnością, zwłaszcza wśród młodzieży i osób rozpoczynających swoją drogę życiową po zakończeniu edukacji, cieszy się dominikanin o. Adam Szustak OP. Zapis głoszonego przez ojca słowa Bożego jest dostępny w różnych formatach. Jego książki ukazują się nakładem Wydawnictwa Fides: *Osiół w raju, Ewangelia dla nienormalnych, Upojeni Bogiem, Postne smaki*. Wszystkie cztery pozycje to spisane głoszone rekolekcje, referaty z konferencji, myśli publikowane w Internecie. Niektóre z nich są dostępne jedynie w formie audio inne poszerzono o pliki MP3 i video, np. *Placki z rodzynkami* (CD mp3; „W drodze”), *Nocny Złodziej. Mocne Słowo dla czekających na świt* (książka + CD mp3 i DVD; Wydawnictwo Gloria24.pl). Ponieważ adresatami publikacji o. Szustaka są przede wszystkim ludzie młodzi, więc głoszone przez niego słowo ukazuje się w pierwszej kolejności w Internecie<sup>65</sup>, a dopiero później niektóre projekty są przekazywane do druku lub nagrań rozpowszechnianych w postaci fizycznego zapisu na płycie. Projekt Langusta Na Palmie jest przykładem współlistnienia książki katolickiej z innymi formami rozpowszechniania treści ewangelizacyjnych.

---

<sup>65</sup>Portal Langusta Na Palmie – aktualizowany na bieżąco zbiór homilii, rekolekcji, konferencji głoszonych przez dominikanina o. Adama Szustaka, dostępny w postaci tekstów elektronicznych, plików MP3 i video. Równoległe ze stroną internetową prowadzony jest profil na facebooku: Facebook: Langusta Na Palmie. Dostępny w Internecie: <http://www.facebook.com/LangustaNaPalmie> [Data dostępu: 23.05.2013].

Treść wielu książek publikowanych przez wydawców konfesyjnych odnosi się do spraw wiary i duchowości, filozofii, teologii, historii Kościoła, tematyki maryjnej, różańcowej, eucharystycznej. Ważnym elementem produkcji wydawniczej są dokumenty Kościoła: adhortacje, encykliki, katechezy papieskie, listy, pisma soborowe. Ukazują się także kompendia wiedzy, leksykony i encyklopedie. Niektóre dzieła są planowane w dłuższej perspektywie wydawniczej, m.in. dwudziestotomowa *Encyklopedia Białych Płom* Polskiego Wydawnictwa Encyklopedycznego Polwen. Spora liczba wydawców posiada w swojej ofercie także literaturę dla dzieci (m.in. Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, Edycja Świętego Pawła, WAM). Niesłabnącym zainteresowaniem cieszy się problematyka cudów i zagrożeń duchowych.

Publikacje naukowe stanowią pokaźny zbiór i bezsprzecznie są zaliczane do literatury wysokiej. Grupę odbiorców stanowią pracownicy uczelni, studenci, duchowni, zakonnicy oraz osoby zainteresowane zgłębianiem wiedzy z tego zakresu. Przeglądając katalog tematyczny księgarni Gloria24.pl dla działu Religioznawstwo otrzymamy możliwość wybrania jednej z podkategorii: Chrześcijaństwo, Grecja i Rzym, Islam, Judaizm, Religie Wschodu, Sekty i zagrożenia. Dominują tutaj książki takich wydawców, jak: Wydawnictwo Święty Wojciech (*Ojcowie religii*), WAM (*Anioły i demony w różnych religiach świata*), „W drodze” (*Bóg, człowiek, społeczeństwo*), Salwator (*Ikona w życiu, w wierze i w teologii Kościoła*), Wydawnictwo KUL (*Jeruzalem, Jerozolima. Starotestamentowe i hellenistyczne korzenie Łukasowego obrazu świętego miasta w świetle onomastyki greckiej*).

Dział Filozofia posiada zdecydowanie więcej publikacji, a ponadto zawiera podkategorię Etyka liczącą kilkanaście tytułów. Przeważają pozycje Wydawnictwa KUL, Znaku, Wydawnictwa Petrus, WAMu i PAXu, ale znajdziemy też książki wydane przez Homo Dei, eSPe, Tyniec, Wydawnictwo M, Fronde, Salwatora i Bratni Zew. Bardzo podobnie sytuacja przedstawia się, jeśli przeglądamy dział Teologia. Dominuje tam Wydawnictwo KUL, pojawiło się Centrum Myśli Jana Pawła II a pozostałe powtarzają się jak w powyższych sekcjach. Dla kategorii Dokumenty Kościoła warto wyróżnić oficyny: Pallottinum, WAM, Wydawnictwo Święty Wojciech, Wydawnictwo KUL i Wydawnictwo Niedziela.

Powyżej zaprezentowano bieżącą ofertę wydawniczą charakterystyczną dla wydawców książki katolickiej, która wyznacza obiegi czytelnicy i segmentację rynku. W kontekście wzorów zachowań czytelnicy łatwo zauważyć dwubiegowość odbiorców, literatury wysokiej i popularnej, ale równocześnie wyraźnie zaznacza się nurt literatury okolicznościowej stanowiąc obszerną część całej oferty<sup>66</sup>. Poniżej dla przykładu

---

<sup>66</sup>Przygotowując przegląd bieżących propozycji wydawniczych korzystano z prac prowadzonych przez publi-

zamieszczono rozkład oferty według działów księgarni katolickiej Rhema (Rysunek 2).

**Rysunek 2.** Oferta według działów księgarni katolickiej Rhema

Nowości (52)	adoracje (17)	aforyzmy, anegdoty (249)
albumy (163)	albumy komunijne (1)	anioły (2)
audiobooki (28)	Benedykt XVI (43)	biblia (209)
Biblie dla dzieci (49)	bierzmowanie (17)	biografie, święci (557)
Boże Narodzenie, Adwent (54)	cd audio (125)	chrzest (25)
cud (122)	czerwiec (2)	Droga Krzyżowa (58)
duchowość (313)	dvd (62)	dzieci (686)
dziecięce (620)	edukacja (0)	encykliki, listy (30)
encyklopedie, słowniki (32)	Eucharystia (89)	Ewangelia (39)
Fatima (17)	filmy dla dzieci (2)	filmy edukacyjne (4)
filmy religijne (8)	filozofia (4)	FRANCISZEK (5)
Guadalupe (3)	historia, dokument (139)	hobby (8)
homiletyka, katechezy (453)	I Komunia św. (39)	Jan Paweł II (313)
kalendarze (7)	kapłaństwo (69)	karmelici (5)
kasety (1)	katechezy, wychowawcy (209)	katechetyczne (0)
knabit (1)	komentarze do czytań (56)	komentarze do czytań niedzielnych (7)
kuchnia, zdrowie (186)	kulin.-zdrow. (7)	lektury (8)
maryjne (209)	Medziugorje (11)	ministranci (3)
Miłosierdzie Boże (58)	modlitewniki (134)	modlitewniki komunijne (45)
modlitwa (193)	mp3 (18)	muzyka klasyczna (0)
myśli, rozważania (302)	młodzież (171)	naukowe (1334)
nowenny i modlitwy (214)	objawienia, cuda (121)	obrzędy, rytuały (37)
odnowa (1)	Ojciec Pio (9)	opowiadania, eseje (28)
pamiętki - bierzmowanie (3)	pamiętki - I Komunia Św (10)	pamiętki, prezenty (33)
pamiętniki, wspomnienia (51)	papeteria (0)	petrus (11)
pielgrzymki, podróże (37)	pierwsze piątki (3)	pieśni rel. (5)
pios.dziecięce (2)	piosenki rel. (35)	plakat (1)
podręczniki (191)	podręczniki bierzmowanie (1)	podróże, reportaże, fakty (0)
poezja (63)	pojedyncze (1)	popularnonaukowe (622)
poradniki (37)	powieści (283)	powołanie (2)
przypowieści (1)	psychologia (334)	psychologiczne (6)
rach.sumienia (3)	rachunek sumienia (29)	refleksyjna (53)
rekolekcje (19)	rodzina, rodzice (364)	rodzinne (1)
rogowski (1)	Rok Wiary (38)	Rok św.Jakuba (4)
rozważania (305)	Różaniec św. (96)	sakramenty (23)
scenariusze (19)	sekty, egzorcyzmy (109)	sentencje (6)
spowiedź, pojednanie (22)	śpiewniki (81)	świadectwa (7)
teologia (21)	tischner (1)	twardowski (1)
wiara (3)	Wielkanoc, W. Post (118)	wons (2)
wychowywanie dzieci (6)	ślub (0)	światło-życie (2)
święci (558)		

**Źródło:** Rhema. Dostępny w Internecie: <http://www.rhema.pl/>.

[Data dostępu: 10.04.2013]

Katalog jest bardzo zróżnicowany i obejmuje charakterystyczne dla wydań katolickich tematy, formy, kategorie wydarzeń i okoliczności. Zwłaszcza te ostatnie zwracają uwagę swoją wielorakością i obfitością, co pokazuje, jak wielki nacisk kładą edytorzy na wyeksponowanie tytułów okazjonalnych.

Transformacji uległa także szata graficzna publikacji. W okresie PRL-u poziom poligrafii był bardzo niski, dzisiaj książki katolickie biorą udział w konkursach również pod względem estetycznym. Niektóre z nich są pięknie wydanymi dziełami typograficznymi o przemyślanej i dokładnie dopracowanej szacie edytorskiej, gdzie od użytego

---

cystów Biblioteki Analiz, katalogów księgarni internetowych (m.in. Głorii24.pl, Rhemy), aktualnych drukowanych katalogów wydawniczych i obserwacji poczynionych w lokalnych księgarniach na Śląsku.

papieru po harmonię tekstu i grafiki książka stanowi obiekt estetyczny. Przykłady<sup>67</sup>: *Modlitevník ojca Leona Knabita* (Znak), *Raj utracony* (WAM), *Anioł. Doświadczenie Bożej obecności* (Jedność), *Skarby Archidiecezji Lubelskiej* (Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej GAUDIUM).

Na zakończenie warto zwrócić uwagę na stabilną pozycję wydawców książki katolickiej w branży edytorskiej. W latach 90. ta część rynku była jeszcze stosunkowo hermetyczna, co widać zwłaszcza w ówczesnych procesach dystrybucji, ale też stale się rozwijała. Ostatnie dziesięciolecie pokazuje skalę przeobrażenia, a możemy to obserwować na kilku płaszczyznach: rozszerzenie się repertuaru, zróżnicowanie i wzbogacenie oferty, komercjalizacja oraz włączenie w ogólnopolski rynek książki, zwłaszcza jeśli chodzi o dystrybucję i dostępność katolickich tytułów. Zauważamy też wyraźne spopularyzowanie repertuaru wydawniczego. W czasach PRL dominował nurt wysoki, dalej okolicznościowy i na końcu popularny. Obieg wysoki stanowią dzieła filozofów i myślicieli, książki o duchowości, mistycyzmie, naukowe opracowania Biblii, prace Ojców Kościoła. Rozwój segmentu okolicznościowego zamyka się w dwóch obszarach: wydarzenia w Kościele i życie religijne (praktyka życia rodzinnego). Obserwujemy wtargnięcie obiegu popularnego do literatury katolickiej, książka konfesyjna stała się popularna i masowa. Początkowo było to związane z żywotami świętych, później ze stylem życia i trendami w kulturze. Na przykład mamy dużą podaż na publikacje poświęcone demonologii. Bardzo intensywnie rozszerza się segment poradnikowy, który przed 1989 rokiem praktycznie nie istniał. Dzisiaj edytorzy katoliccy mają w swojej ofercie publikacje dotyczące min. życia rodzinnego, seksualnego, gotowania, wychowywania dzieci. Żywoty Świętych od zawsze funkcjonowały równoległe w kulturze wysokiej i niskiej. Obecnie reprezentują zdecydowanie tzw. nurt wtórny (popularny) jednak nie brakuje naukowych opracowań poświęconych biografiiom świętych (pojawiają się rękopisy autobiograficzne, serie wydawnicze prezentujące myśli świętych). Współcześnie repertuar wydawniczy kształtuje się następująco: nurt okolicznościowy, dalej popularny i na końcu wysoki.

---

<sup>67</sup> Książki wyróżnione przez Stowarzyszenie Wydawców Katolickich w kategorii *Edytorstwo* Nagrody FENIKS. Więcej na temat nagród w rozdziale 4.



# Rozdział 3

---

## Dystrybucja

---

Mówiąc o dystrybucji produktów konsumpcyjnych<sup>1</sup>, do których zaliczamy książki, trzeba zwrócić uwagę na aspekt funkcjonalny lub podmiotową strukturę podziału. Jeśli idzie o aspekt funkcjonalny to istotna tu jest kolejność połączeń w jakiej występują instytucje pośredniczące przy przepływie jednego lub kilku strumieni dystrybucyjnych. Mogą one mieć charakter informacyjny, jeśli są związane z komunikowaniem się poszczególnych uczestników kanału lub rzeczowy, gdy dotyczą kwestii fizycznych – prawa własności, przepływu finansów i produktów oraz utrzymywania zapasów. Natomiast podmiotowa struktura podziału dotyczy zależności pomiędzy organizacjami współuczestniczącymi w procesie dostarczenia produktu konsumentowi. Ze względu na pełnione funkcje uczestników tego przedsięwzięcia można podzielić na grupy.

1. Sprzedający i kupujący produkty, mający prawo własności: producenci, hurtownicy, detaliści, nabywcy indywidualni i instytucjonalni (trzon kanałów dystrybucji).
2. Uczestnicy wspomagający proces, bez prawa własności: agenci, brokerzy.
3. Instytucje wspomagające działania pozostałych uczestników kanału i świadczące usługi na ich rzecz: wywiadownie handlowe, banki, firmy ubezpieczeniowe, agencje reklamowe, spedytorzy, przewoźnicy.

---

<sup>1</sup>Z. SPYRA: *Kanały dystrybucji. Kształtowanie relacji*. Warszawa 2008, s. 13-19.

A oto przykłady różnych rozwiązań kanałów dystrybucji na rynku produktów konsumpcyjnych:

1. Producent → finalny odbiorca.
2. Producent → akwizytorzy → finalny odbiorca.
3. Producent → hurtownicy → detaliści → finalny odbiorca.
4. Producent → detaliści → finalny odbiorca.
5. Producent → agenci → hurtownicy → detaliści → finalny odbiorca.
6. Producent → agenci → detaliści → finalny odbiorca.

Na podstawie różnych wariantów kanałów dystrybucji możemy je podzielić na bezpośrednie i pośrednie. Pierwsze charakteryzują się nieobecnością niezależnego pośrednika pomiędzy producentem a finalnym odbiorcą (opcja 1), i w dobie handlu elektronicznego zyskują na popularności (zamówienia na stronie WWW wydawcy). Zdecydowanie częściej występują sytuacje, gdzie do procesu handlowego zostają włączone pośrednie ogniwa (opcje 2-6). Sami pośrednicy pełnią trzy zasadnicze funkcje w przebiegu sprzedaży<sup>2</sup>:

- transakcyjne: zawierają transakcje kupna-sprzedaży, negocjują umowy, przejmują ryzyko oraz przenoszą tytuł własności,
- logistyczne: zamawiają produkty, a następnie przechowują, sortują, transportują i organizują dostawy,
- pomocnicze: badają popyt, finansują, kredytuują i rozliczają transakcje, zbierają i przekazują informacje rynkowe.

Zadaniem systemu dystrybucji jest takie rozprowadzenie produktu, aby był łatwo dostępny dla klienta, który dysponuje ograniczonym czasem wolnym i dąży do szybkiego i nieskomplikowanego zaspokojenia potrzeby czytelniczej. Do obowiązku wydawcy należy podjęcie decyzji o liczbie pośredników, sposobie ekspozycji tytułów w punkcie sprzedaży oraz negocjowanie warunków i terminów dostarczania publikacji. Na rynku książki dominującymi kanałami są hurtownie i księgarnie o różnym stopniu specjalizacji, zakresie przyjmowanego ryzyka i jakości obsługi. Powyższe wprowadzenie jest jedynie ogólnym zarysem dotyczącym złożonego zjawiska dystrybuowania produktów, w tym

---

<sup>2</sup>Ibidem.

publikacji książkowych.

Dystrybucja książek o profilu katolickim charakteryzuje się pewną specyfiką, wynikającą z kilku czynników<sup>3</sup>. Pierwszy z nich to fakt, że literatura konfesyjna po 1989 roku powoli zaczęła wychodzić z tzw. drugiego obiegu istniejącego w warunkach historyczno-politycznych okresu komunizmu. Odgórnie sterowana produkcja i kolportaż zostawiły jednak istotny ślad w strukturach dystrybucji, nawykach sprzedawców i czytelników. Edytorzy starali się przezwyciężyć te problemy i poszerzać udział kanałów świeckich w propagowaniu własnych ofert. Dla zmiany tej sytuacji duże znaczenie miał pontyfikat Jana Pawła II. Jego książki oraz opracowania o Nim i albumy ukazywały się z wykorzystaniem wszystkich kanałów dystrybucji oraz pokazały możliwości rynkowe literatury religijnej.

Drugim czynnikiem mającym bezpośredni wpływ na sposób rozprowadzania publikacji katolickich są przyzwyczajenia czytelników. W księgarniach ogólnosortymentowych poszukują oni głównie albumów, pamiątek pierwszej komunii świętej i pozycji papieskich. Natomiast po bogatą i specjalistyczną ofertę wybierają się do księgarni katolickich, punktów sprzedaży w miejscach pielgrzymkowych, parafiach i sanktuariach. Może to wynikać z przekonania, że sprawy wiary są czymś prywatnym, intymnym i dlatego pytania o modlitewnik na dziale z książkami w supermarkecie nie należą do zwyczajnych zachowań. Gdyby jednak świadomość i oczekiwania czytelników zmieniły się, gdyby swobodnie poszukiwali interesującej ich publikacji traktującej o wierze w EM-PIKu i w osiedlowej księgarni, wtedy sprzedawcy musieliby sprostać ich oczekiwaniom, a książka katolicka na szeroką skalę zagościłaby we wszystkich kanałach kolportażu. Taką tendencję bardzo dobrze widać na przykładzie sprzedaży wysyłkowej, a w ostatnich latach i internetowej (wzrasta liczba wirtualnych domów książki z coraz pełniejszą ofertą tytułową).

Jest jeszcze trzeci czynnik, który świadczy o specyfice tego rynku i ma wpływ na organizowanie sprzedaży: swoistą funkcją literatury konfesyjnej jest szerzenie wartości katolickich, stąd u niektórych wydawców pojawia się konflikt pomiędzy ekonomią (potrzeba zwrotu kosztów druku), a potrzebą głoszenia Ewangelii. Jednak - jak zauważono we wcześniejszych rozważaniach - trudno jest szerzyć słowo Boże poprzez działalność edytorską, jeśli informacja o ofercie tytułowej nie jest dostępna jak najszerszemu gronu odbiorców. Funkcja ewangelizacyjna w warunkach dużej konkurencji na rynku jest więc w ścisłym związku z promocją i dystrybucją.

---

<sup>3</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2009...*, s. 8-9.

### Księgarstwo hurtowe

Pośrednictwo hurtowe w dystrybucji literatury konfesyjnej jest tym większe, im silniejszy jest wydawca. Formę tę preferują m.in.: Znak, Wydawnictwo Księży Marianów, Apostolicum, Biały Kruk, „W drodze”, Vocatio czy Instytut Wydawniczy PAX. Ten ostatni 95% produkcji lokuje w dużych magazynach (z czego 70% u partnerów świeckich, a 30% u religijnych), korzystając prawdopodobnie z metod handlu wypracowanych przez długie lata działalności. Wydawcy książki katolickiej korzystają z różnych rodzajów hurtowni: ogólnosortymentowych (tzw. świeckich), edukacyjnych i katolickich. W pierwszej grupie wymieniani są najczęściej: Ogólnopolski System Dystrybucji Wydawnictw Azymut, Wolumen, Matras, Platon, Firma Księgarska braci Olesiejuków. Tytułów katolickich sprzedawanych przez dużych ogólnopolskich hurtowników przybywa, wybierają oni pozycje, które szybko się sprzedają, co skłania wydawców do takiego konstruowania swojej oferty, aby znalazły się w niej publikacje wychodzące naprzeciw oczekiwaniom czytelników. Stąd często oficyny poszerzają oferty o książki z pogranicza współczesnej psychologii i duchowości czy publikacje poradnikowe. Książki wydawców katolickich sprzedawane w sieci EMPIK i w hipermarketach w zdecydowanej większości dostarczane są przez Firmę Księgarską Jacek Olesiejuk<sup>4</sup>. Z pośrednictwa hurtowni edukacyjnych (Wikr, Wkra, Super Siódemka), korzystają głównie oficyny które wydają tytuły katechetyczne, m.in. WAM, Wydawnictwo Święty Wojciech, Jedność, Wydawnictwo Archidiecezji Warszawskiej. Ze względu na szeroką ofertę tytułową nie brakuje na rynku również hurtowni specjalistycznych dla książek katolickich. Ich powstanie znacznie usprawniło sprzedaż tych publikacji. Nie są to firmy nastawione wyłącznie na bestsellery, ale na konsekwentne kompletowanie możliwie najszerszej oferty. Do polskich hurtowni o profilu katolickim zaliczają się: Rhema (Kraków), Notus (Kielce), Źródło (Kraków), Emmanuel (Katowice), Exodus (Lublin), Quo Vadis (Kraków), Dystrybucja Książek AA (Kraków), Arka.

Hurtownia Rhema jest inicjatywą prywatną, powstała na początku lat 90. Jej właścicielem jest Adam Karkowski. Zaczynała swoją działalność jako księgarnia wysyłkowa książek turystycznych, potem katolickich aż przekształciła się w hurtownię. Prowadzi współpracę z około dwustoma dostawcami i ponad trzystoma odbiorcami. Liczba tytułów w ofercie to blisko 11 000.<sup>5</sup> Firma cieszy się opinią, że sprowadzi odbiorcy każdą książkę, chociaż czasem trzeba dłużej poczekać na towar. Rhema prowadzi sprzedaż hurtową, głównie księgarniom katolickim, katechetom i punktom parafialnym. Obsługuje

---

<sup>4</sup>Firma jest jednym z najważniejszych partnerów handlowych EMPIK-u oraz głównym w Polsce dostawcą do hipermarketów. Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2007. Dystrybucja*. Warszawa 2007, s. 56-59.

<sup>5</sup>Rhema. Dostępny w Internecie: <http://www.rhema.pl/> [Data dostępu: 10.04.2013].

również detalicznych klientów, wysyłając książki zamówione za pośrednictwem witryny WWW, poczty elektronicznej, poczty tradycyjnej, telefonicznie lub faxem. Na stronie internetowej podane są ceny detaliczne. Tytuły prezentowane on-line można także kupić w siedzibie księgarni w Krakowie. Ponadto firma jest samodzielnym edytorem własnych publikacji, choć niektóre tytuły ukazują się w koedycji z innymi wydawcami. Publikuje książki dla dzieci oraz tytuły znanych autorów: Mieczysław Maliński, Jan Twardowski<sup>6</sup>. Hurtownie katolickie borykają się jednak z pewnymi problemami, na przykład właściciel Rhemy zauważa tendencję do ograniczania sprzedaży w hurcie „katolickim”, gdyż duże i średnie oficyny coraz częściej handlują bezpośrednio z księgarniami. W pewien sposób są to działania konkurencyjne względem hurtowni katolickich, ponieważ księgarze otrzymują lepsze warunki. Dodatkowo wprowadza to chaos na rynku, bo hurtownia nie wie, czy warto wziąć tytuł do sprzedaży<sup>7</sup>.

Hurtownia Źródło & Źródło istnieje na rynku od kwietnia 1993 roku. W roku 1997 powstało Źródło, co zaowocowało nieformalnym podziałem firmy na książki katolickie (Źródło) oraz artykuły sakralne (Źródło). Hurtownia współpracuje przede wszystkim z wydawcami katolickimi (ponad stu edytorów), dystrybuując ich publikacje do księgarni katolickich, świeckich i kiosków parafialnych. Zaopatruje głównie Polskę południową, ale wysyła też książki do Warszawy, Wrocławia, Poznania i Lublina. Właściciel hurtowni, podobnie jak przedsiębiorca Rhemy, zwraca uwagę na problem działalności przedstawicieli wydawnictw, którzy kolportując książki udzielają księgarzom rabatów na poziomie hurtowni<sup>8</sup>. Hurtownie Rema i Źródło & Źródło założyły Stowarzyszenie Wydawców i Dystrybutorów Książki Katolickiej Werbum<sup>9</sup>. Jego zadaniem jest wsparcie w zdobywaniu klientów, walczenie o swoje prawa na rynku oraz prowadzeniu akcji promocyjnych.

Hurtownia Emmanuel<sup>10</sup> powstała w 1994 roku w ramach współpracy wspólnoty „Emmanuel” – Oazy Dorosłych w Ruchu Światło-Życie przy parafii Wniebowzięcia NMP w Katowicach. Jej oferta zawiera publikacje różnych wydawców o tematyce religijnej,

---

<sup>6</sup>M. WŁODARCZYK: *Jak zaistnieć i rozwinąć skrzydła na hermetycznym rynku książek katolickich?* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15614/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 22.09.2009].

<sup>7</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007...*, s. 64.

<sup>8</sup>M. WŁODARCZYK: *Hurtownia Źródło – już 12 lat działalności.* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15788/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 23.09.2009].

<sup>9</sup>A. KUBICA: *Hurtownia książek katolickich Źródło. Rozmowa z Andrzejem Grzybem* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/11303/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 23.09.2009].

<sup>10</sup>Emmanuel: *Hurtownia Książek Katolickich.* Dostępny w Internecie: <http://www.emmanuel.pl/hurtownia.php> [Data dostępu: 19.10.2009].

m.in. modlitewniki, skarbce, albumy, książki medytacyjne, beletrystyczne i dydaktyczne oraz tytuły skierowane dla dzieci. Hurtownia zajmuje się również dystrybucją kaset video i audio, płyt z muzyką chrześcijańską, modlitwami i śpiewami liturgicznymi oraz dewocjonaliami. W lokalu hurtowni, który mieści się w Katowicach – Szopienicach, zastosowano system sprzedaży samoobsługowej. Można też korzystać z opcji sprzedaży wysyłkowej za pośrednictwem sklepu internetowego<sup>11</sup>.

### **Księgarstwo detaliczne**

Internet i tanie usługi telekomunikacyjne przekładają się na szybki rozwój sprzedaży wysyłkowej, co sprzyja dotarciu do klienta końcowego z pominięciem księgarni. Dodatkowo tempo życia wzmacnia przewagę dużych sieci (Empik) i firm niespecjalizujących się w dystrybucji książek - hipermarkety, salony kolportażu prasy - nad tradycyjnymi domami książki. Dla stacjonarnych księgarń ogólnosortymentowych Internet jest często zagrożeniem a nie szansą na rozwój. Aby przyciągnąć klienta w sieci, firma musi zaoferować szybką obsługę, liczne promocje i wysokie rabaty, a na to mogą sobie pozwolić tylko największe (Merlin, Empik) lub księgarnie specjalistyczne, w których właśnie nietypowa oferta zachęca do poszukiwania w sieci.

Oferta wydawców książek katolickich jest dostępna i widoczna na półkach dużych salonów księgarskich, takich jak EMPIK i Matras. W mniejszych księgarniach świeckich jest to uzależnione od profilu punktu sprzedaży, wielkości pomieszczeń i woli księgarzy. Najczęściej literatura konfesyjna znajduje się na półkach w dziale *religia*, katechizmy wśród podręczników, publikacje katolickie dziecięce wśród innych tytułów dla najmłodszych, poradniki w psychologii, a książki kucharskie znanych siostr zakonnych w działach kulinarnych. W tradycyjnych księgarniach brakuje miejsca na ekspozycję, więc jeśli szukamy książek nie będących pozycjami bestselerowymi, lepiej wybrać się do księgarni katolickiej niż ogólnej. Współpraca z siecią salonów EMPIK<sup>12</sup> wyglądała słabo w latach 90. i na przełomie XX i XXI w. Stanowiła margines obrotów wydawców książki katolickiej. Jednak od połowy pierwszego dziesięciolecia XXI w. widać wyraźną poprawę. Za pośrednictwem tego detalisty rozprowadzane są głównie takie bestsellery, jak Jana Pawła II *Pamięć i tożsamość*<sup>13</sup>. Niektóre oficyny docierają ze swoją ofertą do EMPIKU za pośrednictwem Firmy Księgarskiej Olesiejuk (AA, Bernardinum, Znak, Salwator) lub PW Pakt (AA, PAX, Rafael, św. Stanisław, Wydawnictwo Święty Wojciech, Verbinum, Wydawnictwo Księży Marianów, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w San-

---

<sup>11</sup>Emmanuel: Sklep Internetowy. Dostępny Internecie: sklep.emmanuel.pl [Data dostępu: 10.04.2013].

<sup>12</sup>Spółka, w której udziały ma holendersko-belgijska grupa kapitałowa Eastbridge. Geneza firmy sięga działających w Polsce od 1948 roku Klubów Międzynarodowej Prasy i Książki (KMPiK).

<sup>13</sup>As EMPIKU za 2005 rok.

domierzu). Księgarnie firmowe Świat Książki<sup>14</sup>, których obecnie jest w Polsce około 40, działają m.in. w Białymstoku, Bielsku-Białej, Częstochowie, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie, Toruniu, Warszawie. Do sierpnia 2005 roku zakupy w tych placówkach mogli robić wyłącznie członkowie klubu Świat Książki. Obecnie są one dostępne dla wszystkich, można również zamówić książki przez Internet i odebrać w wybranej placówce. Znajdują się w nich również liczne publikacje wydawców książki katolickiej. W całym kraju nie brakuje jednak księgarń katolickich. Charakterystykę wybranych domów książki podano w rozdziale czwartym.

Szczególnym przykładem księgarstwa detalicznego a zarazem charakterystycznym dla dystrybucji książek katolickich są **kioski parafialne**. Prymasowskie Wydawnictwo Gaudentinum z Gniezna ponad połowę swoich obrotów realizuje przez ten kanał dystrybucji. Według szacunków Łukasza Gołębiewskiego liczba kiosków parafialnych może wynosić nawet kilka tysięcy<sup>15</sup>. Najczęściej są to małe punkty handlowe mieszczące się w pomieszczeniach należących do parafii lub stoiska rozstawiane w dni świąteczne. Ich zadaniem jest dotarcie z książką katolicką do wiernych uczestniczących w nabożeństwach. Jeszcze kilka lat temu informacji o tej formie sprzedaży nie można było znaleźć na stronach parafialnych. Możliwe że dla wiernych i duchownych było oczywiste, że takie miejsce działa i nie potrzebuje specjalnej reklamy. Dzisiaj w witrynach poszczególnych parafii znajdują się krótkie informacje o godzinach otwarcia i ofercie, a na niektórych zorganizowano odrębne podstrony zawierające charakterystykę kiosku. Z działów aktualności wynika również, że ciągle powstają nowe punkty sprzedaży. Kioski parafialne znajdują się m.in. przy Parafii Matki Bożej Wspomożycielki Wiernych i Parafii pw. św. Michała Archanioła i Wniebowzięcia NMP w Warszawie, Parafii św. Józefa i Sanktuarium Matki Bożej Nieustającej Pomocy w Toruniu.

Nieco kontrowersyjnym miejscem sprzedaży książek są **hipermarkety**. Sklepy wielkopowierzchniowe stały się znaczącym partnerem dla hurtowników i wydawców dopiero od 1997 roku, gdy zaczęły powstawać w Polsce duże sieci Real, Makro, Auchan, Geant, Carrefour, a później Tesco. Dla wielu wydawców jest to bardzo ważny kanał dystrybucji. Najlepiej sprzedaje się literatura dziecięca, albumy, przewodniki, mapy, poradniki, beletrystyka (bestsellery), słowniki i encyklopedie. Niektórzy edytorzy bezpośrednio współpracują z hipermarketami, inni łączą się w grupy. Od 1999 roku głównym dostawcą książek do sklepów wielkopowierzchniowych jest Firma Księgarska Jacek Olesiejuk.

---

<sup>14</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2007...*, s. 196-197; Sklepy należały do spółki Bertelsmann Media Sp. z o.o., która rozpoczęła działalność w Polsce w 1994 roku, a pierwszą księgarnię firmową otworzyła w 1997. 1.04.2011 Grupa Wydawnicza Weltbild przejęła od koncernu medialnego DirectGroup Bertelsmann polski klub książki i wydawnictwo Świat Książki.

<sup>15</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2002*. Warszawa 2002.

Konkurowała ona głównie z hurtownią Platon. Hipermarkety są atrakcyjnym, ale bardzo wymagającym partnerem handlowym. Dostawca zazwyczaj jest zobowiązany opłacić miejsce na półkach, ogłoszenia w gazetkach promocyjnych, ekspozycję w widocznym miejscu. Dodatkowo musi zgodzić się na wydłużone do stu dwudziestu i więcej dni terminy płatności. Jest to jednak skompensowane zwiększonym bezpieczeństwem obrotu handlowego. W dłuższej perspektywie czasowej znaczenie hipermarketów wzrasta, ponieważ ich ilość w Polsce ciągle się zwiększa, oraz dlatego, że na zakupy wybierają się całe rodziny. Edytorzy katoliccy w dotarciu ze swoją ofertą do tych punktów sprzedaży najczęściej korzystają z pośrednictwa Firmy Księgarskiej Jacek Olesiejuk. Przykładem może być Wydawnictwo M, które z publikacji dostarczonych do supermarketów w 2006 roku uzyskało 6,6% przychodów<sup>16</sup>. Biały Kruk ze względu na specyficzną ofertę za pośrednictwem dużych sklepów powierzchniowych generuje aż 15% przychodów. Są to jednak nieliczne wyjątki, gdyż na dzień dzisiejszy książka katolicka jest w hipermarketach prawie nieobecna z wyjątkiem pozycji bestselerowych, albumowych oraz literatury dla dzieci i młodzieży.

**Sprzedaż bezpośrednia** obejmuje realizację zamówień klientów przez wydawców, sprzedaż klubową oraz działalność przedstawicieli handlowych zatrudnionych przez wydawcę lub zaangażowanych przez wyspecjalizowaną firmę. Istotne jest finalne dotarcie do ostatecznego klienta, jakim jest czytelnik, biblioteka, szkoła lub inna instytucja, z wyjątkiem punktu sprzedaży detalicznej (księgarnie, hipermarkety).

Sprzedaż wysyłkowa i klubowa rozwijała się jeszcze przed II wojną światową. W okresie Polski Ludowej służyła głównie zaopatrzeniu bibliotek, instytucji naukowych i regionalnych ośrodków kultury, w niewielkim stopniu dotyczyła odbiorców indywidualnych. W przeważającej mierze była to sprzedaż scentralizowana, a wydawcy sporadycznie realizowali zamówienia czytelników. Wyróżniamy pięć modeli sprzedaży wysyłkowej<sup>17</sup>. Pierwszym jest sprzedaż bezpośrednia konkretnych tytułów własnej produkcji. Na największą skalę działa w ten sposób w Polsce Wydawnictwo Reader's Digest. Drukuje ono ogromną liczbę folderów, korzysta z mailingu, funduje nagrody dla kupujących. Jest to kosztowne przedsięwzięcie, ale bardzo skuteczne w dotarciu do klienta, chociaż rocznie pozwala na sprzedaż tylko kilkunastu tytułów. Sporadycznie w ofercie Reader's Digest pojawiają się tytuły katolickie, np.: *Niestrudzony Pielgrzym miłości* – publikacja poświęcona Ojcu Świętemu Janowi Pawłowi II czy *Ilustrowany przewodnik po Biblii*.

Drugi model obejmuje sprzedaż z katalogów księgarni wysyłkowych. Wydawnictwa katolickie do niedawna korzystały z usług Klubu Książki Księgarni Krajowej i Klubu

---

<sup>16</sup>K. FROLOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007...*, s. 66.

<sup>17</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2007...*, s. 275.



dla Ciebie. Oba podmioty po licznych przekształceniach i przejęciach zakończyły swoją pierwotną działalność klubową. Poza nimi funkcjonują jeszcze Klub Książki Katolickiej i Prodoks (Promotor Dobrej Książki), specjalizujące się w ofercie edytorów literatury konfesyjnej. Firmy te proponowały ofertę szybko rotującą, bo miejsce w katalogach drukowanych w setkach tysięcy egzemplarzy było znacznie droższe niż np. na serwerach księgarni internetowych. Do pewnego momentu było to przedsięwzięcie opłacalne, o czym może świadczyć sprzedaż broszury *Rachunek sumienia* wydawnictwa Rafael, która w 2006 roku rozeszła się w nakładzie 200 tys. egz.

Firma Prodoks – Promotor Dobrej Książki<sup>18</sup>, specjalizująca się w książce katolickiej, działa od 2001 roku, a jej założycielem jest znany polski przedsiębiorca Roman Kluska. Pierwszy katalog ukazał się 14 września 2001 roku, zawierał 24 strony, a jego nakład wynosił 1 mln 300 tys. egz. 2001 roku na początku października rozpoczęła działalność witryna internetowa, gdzie zainteresowani również mogą robić zakupy. W ciągu roku ukazywało się dziesięć edycji katalogu w średnim nakładzie 200 tys. egz. w roku 2001 i na początku 2002. Pierwsze katalogi w ramach promocji były dołączane do „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Polityki”, „Gościa Niedzielnego” i licznych dzienników regionalnych. Celem przedsięwzięcia było promowanie książek odwołujących się do tradycyjnych wartości, szczególnie chrześcijańskich. Przez cztery lata firma docierała do klientów za pomocą katalogów wysyłkowych oraz poprzez stronę internetową [www.prodoks.pl](http://www.prodoks.pl). Czytelnicy mieli dostęp do najważniejszych tytułów książkowych, filmowych i multimedialnych, wydawanych przede wszystkim przez wydawnictwa katolickie. W roku 2005 Prodoks zaczął wydawać „Dobry Magazyn”, będący połączeniem katalogu oraz pisma skierowanego do osób szukających wartości chrześcijańskich. Twórcy chcieli, aby wiedza zdobyta podczas lektury magazynu zachęcała do pogłębiania jej w książkach promowanych na stronach pisma. Spowodowało to, że relacja pomiędzy katalogiem a częścią publicystyczną była bardzo płynna i działała w obie strony. Zmiana formuły katalogu zaowocowała znacznym zmniejszeniem liczby oferowanych tytułów. Pomimo generowanych przychodów w styczniu 2008 roku firmę przejęła grupa [Gloria24.pl](http://Gloria24.pl). Zawarto porozumienie, na mocy którego księgarnia internetowa [Prodoks.pl](http://Prodoks.pl) dołączyła do sieci sklepów [Gloria24.pl](http://Gloria24.pl), a kupujący uzyskał prawo do wydawania wysył-

---

<sup>18</sup>Prodoks. Dostępny w Internecie: <http://prodoks.pl/> [Data dostępu: 10.04.2013]; Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2007...*, s. 280.; J. WŁODARCZYK: *Wkrótce ta firma będzie wiodącą na rynku* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15608/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 15.10.2009]; *Gloria24.pl przejęła Prodoks* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/19991/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 15.10.2009]; KG: *Prodoks w Internecie* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/10707/cat/SEKA.html> [Data dostępu: 15.10.2009].

kowego katalogu książek pod marką Prodoks. Nowy Prodoks oferuje czytelnikom książki o tematyce religijnej oraz filmy, muzykę, multimedia i dewocjalia. Firma kontynuuje współpracę z najważniejszymi wydawcami książek katolickich w Polsce i z dużymi hurtowniami. Różnica pomiędzy Prodoks.pl a Gloria24.pl polega na innej filozofii budowania oferty. Z księgarni Gloria24.pl korzystają często osoby poszukujące konkretnej pozycji z segmentu literatury konfesyjnej, o którą trudno na rynku ogólnym. Firma dąży do kompletności książek wydawców katolickich. Prodoks posiada wybór tytułów starannie wyselekcjonowanych, okazjnych, bestselerowych, czasem wykraczających poza literaturę religijną. Katalog wysyłkowy jest dostępny na stronie internetowej<sup>19</sup> w wersji elektronicznej. Można go także zamówić w postaci drukowanej.

Klub Książki Katolickiej<sup>20</sup> – powstał w grudniu 1998 roku, jako Spółka z o.o., której udziałowcami byli: Drukarnia i Księgarnia św. Wojciecha, „Gazeta Handlowa” i Bogusław Kiernicki jako osoba fizyczna – równocześnie Prezes Zarządu. Początkowo siedziba KKK znajdowała się w Poznaniu, a obecnie została przeniesiona do miejscowości Dębogóra pod Poznaniem. Od kilku lat Klub współpracuje z krakowską firmą „Dystrybucja Książek Andrzej Mardyla”, która przejęła na siebie wydawanie katalogu oraz obsługę bazy klientów. Klub Książki Katolickiej prowadzi także własną działalność wydawniczą. Od dwóch lat współpracuje z Wydawnictwem Dębogóra (koedycje) oraz wydawnictwem AA z Krakowa (kilkanaście tytułów rocznie). W roku 2009 klubowy katalog wydano w łącznym nakładzie ok. 600 000 egzemplarzy<sup>21</sup>. Jego oferta zawierała przede wszystkim książki katolickie, a pozostałe tytuły były tak dobierane, by pozostawały w zgodzie z tradycyjnymi wartościami chrześcijańskimi. Obecnie katalog jest dostępny w postaci elektronicznej na stronach księgarni internetowej religijna.pl.

Trzecia forma sprzedaży wysyłkowej obejmuje pojedyncze zamówienia czytelników zbierane za pomocą faksu, poczty, poczty elektronicznej, formularza zamówienia w księgarni internetowej wydawcy, formularzy zamówienia dołączanych do prasy itp. Jest to popularna forma dotarcia do czytelnika Wydawnictwa M, Białego Kruka, Norbertinum, WAM, Salwatora, Wydawnictwa Jedność. Najczęściej stosują ją firmy prywatne, co wynika z dużej dbałości o efektywną sprzedaż publikacji oraz znacznych możliwości inwestycyjnych. Bezpośrednie docieranie do czytelnika jest w początkowym okresie kosztowne. Wydawnictwo WAM posiada trzy katalogi wydawnicze: katalog książki naukowej, katalog katechetyczny wydawnictwa WAM, katalog książki dla dzieci i mło-

---

<sup>19</sup>Katalog Prodoks [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: [http://prodoks.pl/katalogdruk\\_mini.php](http://prodoks.pl/katalogdruk_mini.php) [Data dostępu: 11.04.2013].

<sup>20</sup>B. KIERNICKI: Temat: Klub Książki Katolickiej [Dokument elektroniczny]. Do Joanna Wróbel. 24.11.2009 [cytowany: 24.11.2009]. Korespondencja osobista.

<sup>21</sup>Jesienią 2009 roku katalogi KKK były wrzutowane do „Gościa Niedzielnego”, „Niedzieli”, „Rzeczpospolitej”.

dzieży. Wszystkie można zamówić w wersji drukowanej na stronie internetowej oficyny lub pobrać w postaci plików PDF. Broszury zawierają aktualną ofertę wydawniczą i są publikowane na dany rok kalendarzowy. Salwator również udostępnia swój katalog wydawniczy w formacie PDF lub wysyła czytelnikowi wersję drukowaną na życzenie. Katalog wydawniczy Białego Kruka można ściągnąć w postaci pliku PDF ze strony edytora.

Ostatni model sprzedaży wysyłkowej to subskrypcje, czyli realizacja zamówień wśród odbiorców na publikacje wielotomowe. W marcu 2006 roku Wydawnictwo M rozpoczęło publikację *Jan Paweł II – dzieła zebrane*. Zespołowi redakcyjnemu przewodniczył ksiądz prałat Paweł Ptasznik – kierownik Polskiej Sekcji Sekretariatu Stanu Stolicy Apostolskiej. Edycja jest adresowana do naukowców i dla zwykłych czytelników. Wydano XVI tomów. Wydawnictwo przygotowało specjalną witrynę poświęconą projektowi: [www.dzielazebrane.pl](http://www.dzielazebrane.pl). Pod tym adresem można dokonać subskrypcji wypełniając przygotowany formularz elektroniczny. Drogą subskrypcji można również zakupić *Dzieje Wielkiego Pontyfikatu Jana Pawła II* w 27 tomach Wydawnictwa Biały Kruk. Albumy zawierają obszerne fragmenty papieskich homilii i przemówień oraz ponad 5 700 fotografii wykonanych przez Adama Bujaka i Arturo Mari.

### **Przedstawiciele handlowi**

Znaczna część oferty niektórych wydawców jest rozprowadzana przez przedstawicieli handlowych. Wydawnictwo WAM zatrudnia przedstawicieli handlowych, obsługujących całą Polskę: Białystok, Gdańsk, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Rzeszów, Śląsk, Toruń, Warszawa, Wrocław. Istniejące na rynku od 1990 roku Wydawnictwo M prowadziło dystrybucję przez dział handlowy i zatrudnionych w nim przedstawicieli handlowych, którzy zbierali zamówienia z hurtowni i księgarń katolickich. Po przesłaniu zapotrzebowania do działu handlowego, książki były wysyłane - najpóźniej następnego dnia - pocztą kurierską. Od roku 2005 zdecydowano się na dystrybucję zewnętrzną na rynku religijnym, natomiast obsługa sieci świeckiej nadal należy do Wydawnictwa M. Dotychczasowi konsultanci ds. sprzedaży zostali wchłonięci przez Wydawnictwo i Drukarnię AA, w ramach której utworzono sieć obsługującą rynek religijny<sup>22</sup>. Ciekawym przykładem jest Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, które 67% obrotów w 2006 roku osiągnęło poprzez bezpośrednią sprzedaż do księgarń katolickich. Firma prężnie się rozwija, jest obecna na targach i potrafi przebić się ze specyficzną ofertą bez pośrednictwa hurtowni. Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu zatrudnia sześciu przedstawicieli handlowych, którzy docierają do podzielonych na rejony

---

<sup>22</sup> JW: *Wydawnictwo M – 15 lat na rynku* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/14525/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 24.09.2009].

punktów detalicznych i hurtowni w całym kraju. Wszyscy pracują w siedzibie firmy, co ułatwia kontakt, ale też podnosi koszty dojazdów. Ich podstawowym zadaniem jest prezentacja oferty oraz sprzedaż. Dodatkowo dystrybuują publikacje innych wydawców. Zebrane przez nich zamówienia są przesyłane drogą elektroniczną do wydawnictwa i do hurtowni, a książki – rozsyłane za pomocą firm kurierskich. Wybór dostawcy zależy od wartości zamówienia (poniżej pewnego minimum logistycznego za przesyłkę płaci odbiorca), i od księgarza. Raz w miesiącu docierają do 550 punktów detalicznych, w tym 350-400 o profilu katolickim. Niektóre oficyny dopiero po latach działalności decydują się na konsultantów, np. Wydawnictwo Księży Marianów w 2005 roku rozbudowało swój system dystrybucji, m.in. poprzez nawiązanie współpracy z przedstawicielami handlowymi w różnych województwach<sup>23</sup>.

### **Sprzedaż internetowa**

Sklepy internetowe oferują coraz szybszą i bezpieczniejszą obsługę, szeroki dostęp do produktów i często niższe ceny. Wydawcy książki katolickiej dostrzegają potencjał tego kanału sprzedaży i proponują czytelnikom nowe możliwości i udogodnienia związane z wyszukiwaniem i zamawianiem literatury religijnej drogą elektroniczną. Prawie każdy wydawca posiada własną witrynę WWW, a większość z nich prezentuje w Internecie ofertę tytułową. Niektórzy prowadzą sklepy internetowe, gdzie poza publikacjami własnej oficyny znajdują się także tytuły innych wydawców.

Sprzedaż on-line prowadzona przez samych wydawców jest często niezwykle atrakcyjna dla czytelników w porównaniu do cen książek w tradycyjnych księgarniach. Dotyczy to bardziej literatury specjalistycznej, do jakiej książki religijne należą, niż oferty ogólnosortymentowej. Internet pozwala dotrzeć do literatury fachowej czytelnikowi, który ten kontakt ma utrudniony, zapewnia szybkość dostawy i łatwość odnalezienia poszukiwanego tytułu. Księgarze często nie mają informacji o poszukiwanych pozycjach sprzed paru lat lub nie są w stanie ich sprowadzić. Pozycje beletrystyczne i humanistyczne nadal są chętniej kupowane w tradycyjnych domach książki, ale ich sprzedaż on-line też ciągle wzrasta. Edytorzy przekonują do zakupów, proponują nawet 30% rabaty lub pokrywają koszty przesyłki. Znakomita większość wydawców książki katolickiej posiada własną witrynę, a często także księgarnię internetową.

### **Sprzedaż na targach i kiermaszach**

Tytuły wydawców katolickich są również chętnie kupowane podczas ogólnopolskich i lokalnych imprez poświęconych książce. Do największych dla tego sektora należą Targi Wydawców Katolickich, które odbywają się co roku na wiosnę w Warszawie, a organi-

---

<sup>23</sup> *Wydawnictwo Księży Marianów – podsumowanie roku 2005* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15947/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 24.09.2009].

zuje je Stowarzyszenie Wydawców Katolickich. Z imprez ogólnopolskich edytorzy katolicy uczestniczą w Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie, Targach Książki w Krakowie oraz we Wrocławskich Promocjach Dobrych Książek. Coraz większą popularnością cieszą się także lokalne kiermasze: Kiermasz Wydawców Katolickich w Lublinie oraz Kiermasz Wydawców Katolickich w Katowicach. Podczas imprez targowych mają miejsce liczne spotkania autorskie, na książki udzielane są atrakcyjne rabaty, odwiedzający mogą wziąć udział w wykładach, dyskusjach panelowych, wystawach, prezentacjach i innych projektach związanych z literaturą oraz czytelnictwem. Podczas tych spotkań przyznawane są nagrody dla tytułów wyróżniających się szatą graficzną, sztuką edytorską bądź ciekawą zawartością merytoryczną. Także zorganizowane święto książki cieszy się dużą popularnością wśród czytelników, o czym świadczą kolejne edycje targów na coraz większych powierzchniach wystawienniczych. Tematyka targów książki w kontekście uczestnictwa w nich oficyn katolickich zostanie omówiona w odrębnym podrozdziale.

Edytorzy katolicy chcąc dotrzeć do czytelnika korzystają czasem z kanałów niedostępnych dla wydawców świeckich. Przykładem może być wykorzystanie kontaktów z diecezjami i parafiami dla promocji niektórych tytułów, np. podczas ogłoszeń parafialnych<sup>24</sup>. Dla tego sektora charakterystyczna jest także bliska kooperacja podmiotów działających w jego obrębie, czyli wzajemne świadczenie sobie usług przewozowych przez wydawców, ale też samych hurtowników. Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu posiada, poza własną drukarnią, rozbudowany system dystrybucyjny, który jest w stanie obsłużyć kilku edytorów w całej Polsce<sup>25</sup>. Innym sposobem dystrybucji może się pochwalić oficyna Homo Dei, która połowę swoich obrotów generuje rozprowadzając swoje publikacje przez pośrednictwo misjonarzy. Wymienione przykłady świadczą o potencjale, jaki tkwi w sektorze książki wydawców katolicki oraz o kreatywności samych edytorów.

---

<sup>24</sup>Sposób praktykowany przez Księgarnię Św. Wojciecha: K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005*. Warszawa 2005, s. 44.

<sup>25</sup>Prowadzi współpracę z Salwatorem i Dehonem: *Ibidem*, s. 46.

### 3.1 Analiza kanałów dystrybucji wykorzystywanych przez wydawców książek katolickich

Specyficzny model dystrybucji powszechny w okresie PRL-u miał znaczny wpływ na rozpowszechnianie publikacji katolickich także po roku 1989. Początkowo większość dystrybutorów nie chciała pośredniczyć w sprzedaży wydawnictw religijnych uważając, że nie znajdą one odbiorców, a sami czytelnicy poszukiwali tej literatury raczej w kioskach parafialnych czy katolickich księgarniach niż ogólnosortymentowych domach książki. Edytorom katolickim nie pozostało nic innego, jak dostosować się do warunków panujących na rynku albo rozwijać własne inicjatywy dystrybucji. Niechęć ze strony świeckich kanałów dystrybucji zaowocowała powstaniem takich hurtowni, jak Rhema, Źródło, Emmanuel. Tabela 13. zawiera zbiorcze zestawienie danych dotyczących kanałów dystrybucji podanych po roku 2000.

**Tabela 13.** Segmentacja sprzedaży książek według kanałów dystrybucji dla lat 2002, 2004, 2006, 2008 (w punktach procentowych)

Kanały dystrybucji	2002	2004	2006	2008
hurtownie katolickie	33	23	26	25
hurtownie świeckie	25	14	27	24
księgarnie katolickie	25	26	18	20
księgarnie świeckie		8	8	9
kioski parafialne			3	9
sprzedaż bezpośrednia (Internet)	17	5	4	7
sprzedaż bezpośrednia (poczta)		16	6	2
hipermarkety			5	2
biblioteki			3	2
inne		8		

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie: J. FROŁOW: *Wydawnictwa katolickie w Polsce 2003*. Warszawa 2003; K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005*. Warszawa 2005; K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007*. Warszawa 2007; K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2009*. Warszawa 2009.

W roku 2002 za pośrednictwem hurtowni katolickich była realizowana jedna trzecia obrotów wydawców konfesyjnych. Drugim co do wielkości kanałem dystrybucji były równoległe hurtownie świeckie oraz bezpośrednie dostawy do księgarń. Każdy z nich obsługiwał po około jedną czwartą realizowanych obrotów. Kolejną formą była bezpośrednia wysyłka książek do czytelników (kupony zamieszczane w prasie, katalogi i witryny internetowe). O tym, że wydawcy książki katolickiej dobrze poradzi sobie w rzeczywistości wolnorynkowej, świadczy fakt wypracowania dwóch dużych pasm sprzedaży poza hurtowniami (tak ogólnymi, jak i specjalistycznymi), co dowodzi bardzo konsekwentnego budowania własnych dróg dotarcia do klienta. Wpłynęła na to również niepewna sytuacja pośredników hurtowych (zwłaszcza świeckich) w latach 90.

W roku 2004 dominująca była sprzedaż wydawnictw katolickich drogą kanałów specjalistycznych (49%), co wskazuje na ciągle trudności w przebiciu się przez tradycyjne pasma sprzedaży (22%, mniej niż jedna czwarta generowanych obrotów). Stosunkowo duży jest udział sprzedaży bezpośredniej (21%) realizowanej poprzez wysyłanie zamówień pocztą oraz dzięki własnej księgarni internetowej. Kategoria *inne* obejmuje: sprzedaż na targach i kiermaszach, sieć kiosków parafialnych, kluby książki, oraz tzw. zewnętrzne księgarnie internetowe.

Analizując segmentację sprzedaży dla roku 2006 i zestawiając te dane z poprzednimi, obserwujemy wyraźny wzrost transakcji u ogólnosortymentowych pośredników (z 14 do 27%), podczas gdy księgarnie świeckie pozostają na tym samym poziomie (8%). Sytuacja ta jest wynikiem otwarcia się hurtowników świeckich na literaturę katolicką oraz bezpieczniejsze warunki współpracy. Spadła natomiast sprzedaż do księgarń specjalistycznych (z 26 do 18%), częściowo przejęta przez katolickie hurtownie notujące wzrost (z 23 do 26%). Na korzyść tradycyjnych kanałów dystrybucji zmniejszył się handel bezpośredni z odbiorcami indywidualnymi.

Sprzedaż w roku 2008 w odniesieniu do badań z 2006 roku wykazuje nieznaczny spadek udziału hurtowni (z 26 do 25% dla podmiotów katolickich, z 27 do 24% dla świeckich), oraz niewielki wzrost aktywności księgarń katolickich (z 18 do 20%; z 8 do 9% dla świeckich). Duży skok (z 3 do 9%) odnotowano dla punktów przy parafiach. Taki wynik może mieć jednak związek z tym, jacy wydawcy w ogóle udostępniłi swoje dane biorąc udział w badaniu. Dystrybucja za pomocą kanału wirtualnego zwiększyła się o 3% (z 4 do 7%), co oznacza, że czytelnicy coraz chętniej korzystają z tej drogi usług. Z przeprowadzonej charakterystyki kanałów dystrybucji wynika, że księgarnie specjalistyczne z ofertą katolicką, w tym okresie rozpoczynają działalność. Sprzedaż wysyłkowa realizowana przez pocztę spadła o 4% (z 6 do 2%). Przyczyną mogą być problemy sprzed dwóch lat, krakowskiego klubu książki katolickiej Prodoks, ostatecznie

przejętego przez grupę Gloria24.pl. Hipermarkety odnotowują spadek o 3% (z 5 do 2%) Według Kuby Frołowa przyczyny mogą być dwie: zwiększone restrykcje zaopatrzenia sklepów wielkopowierzchniowych, które zmuszają je do wyboru pozycji szybko rotujących oraz mniejsza podaż publikacji papieskich. Na podobnym poziomie pozostały biblioteki, odnotowując spadek z 3 do 2%

Dane zebrane przez publicystów Biblioteki Analiz są niepełne i dotyczą tylko najaktywniejszych edytorów, którzy wypełnili ankiety i udostępnili informacje o modelach sprzedaży. Niektóre wnioski pokrywają się z obserwacjami autorki wyprowadzonymi podczas charakterystyki poszczególnych pasm dystrybucji. Biorąc pod uwagę specyfikę sektora książki religijnej, w jakimś stopniu możemy ocenić, że jej producenci stopniowo tworzyli własną niezależną sieć dystrybucji, z czasem coraz lepiej skoordynowaną w działaniach rynkowych i współpracującą z sieciami innego typu (uniwersalnymi).



## Rozdział 4

---

# Narzędzia komunikacji promocyjnej rynku książki katolickiej

---

Oficyny katolickie korzystają z pełnego wachlarza form promocji stosowanych w sektorze wydawniczym, ale stosują także zabiegi dostępne tylko dla nich. Przez całe lata 90. powtarzały się postulaty o zwiększenie nakładów na reklamę i promocję książki katolickiej. Edytorzy uważali, że ze względu na inność tego rynku, cele merkantylne nie są nadrzędne, jednak wielu z nich było zdania, że nie można sprzedawać swoich publikacji poniżej kosztów produkcji<sup>1</sup>. Polscy wydawcy katoliccy przed rokiem 1989 musieli radzić sobie z ograniczeniami produkcji i kolportażu produktów. Dziś mogą publikować wszystko, a problemem w gospodarce rynkowej stała się skuteczna sprzedaż i sprawna informacja dla odbiorcy. W latach 90. powstało wiele nowych oficyn katolickich, tak prywatnych, jak i związanych z Kościołem. Pojawiały się głosy, że pierwsze z nich zdecydowanie lepiej radzą sobie na wolnym rynku. Wydawcy duchowni nierzadko postrzegając marketing jedynie jako narzędzie do osiągnięcia lepszych wyników finansowych, uznawali to za niezgodne z ich misją. Jednak najważniejszym ogniwem całego systemu jest czytelnik, a on musi wiedzieć o istnieniu danego tytułu i mieć możliwość nabycia go, co nie jest możliwe bez dobrej informacji, a tym samym promocji<sup>2</sup>.

Już w pierwszym dziesięcioleciu XX w. nastąpił wzrost świadomości biznesowej oficyn katolickich. Członkowie Stowarzyszenia Wydawców Katolickich mogli wziąć udział w bezpłatnym szkoleniu z zakresu promocji, reklamy i współpracy z mediami zorganizowanym przez stowarzyszenie wspólnie z Centrum Informacji o Książce. Poza tym na

---

<sup>1</sup> *Nie zginąć w tłumie. Rozmowa z ks. Henrykiem Pietrasem SJ, dyrektorem Wydawnictwa WAM „Gość Niedzielny” 1997, nr 16, dodatek: Tygodnik Archidiecezji Warszawskiej „Przegląd Katolicki” 1997, nr 16, s. 15.*

<sup>2</sup> J. FROŁOW: *Raport o książce katolickiej...*, s. 19-20.

zamówienie edytorów katolickich firma konsultingowa Book Marketing Research z siedzibą w Krakowie prowadziła kursy z technik sprzedaży i marketingu. Systematyczny wzrost sprzedaży publikacji o tematyce religijnej odnotował w *Rynku książki w Polsce 2002* Łukasz Gołębiwski. Uważa on, że miało to związek z lepszą dystrybucją oraz coraz bardziej widoczną promocją<sup>3</sup>. W roku 2005 pojawiło się wiele pozytywnych słów pod adresem wydawców katolickich. Zaobserwowano intensywny rozwój Targów Wydawców Katolickich, zwiększoną aktywność działów promocji, a także dużą życzliwość mediów ogólnopolskich. Przede wszystkim o książkach religijnych pisze się coraz więcej, zmieniła się estetyka okładek tych publikacji oraz typografia reklam. Edytorzy zaczęli w budżetach placówek planować środki na promocję, zwiększyli liczbę pracowników działów marketingu. Zmianie ulega także podejście mediów, które przestają reagować negatywnie na słowo „katolicki”, wydawcy natomiast mają świadomość, że muszą sprostać tym samym wymaganiom rynkowym, co cały sektor książki, czyli zabiegać o klienta, budować sieci dystrybucyjne, zmagać się z problemami ogólnorynkowymi<sup>4</sup>. Autorzy *Raportu o książce katolickiej. Edycja 2007*<sup>5</sup> piszą o promocji w ścisłym powiązaniu z dystrybucją. Zwracają uwagę, że na sprzedaż książki mają wpływ następujące czynniki: dobra promocja, tzw. handlowe okładki, atrakcyjna prezentacja na półkach księgarskich, tematyka oraz ciekawy i nowoczesny sposób jej ujęcia. Istotną rolę pełni także logo wydawcy. Współcześnie obserwujemy, jak rynek świecki otwiera się na ofertę katolickich domów wydawniczych, co odbywa się z dużą korzyścią dla obu stron. Pod koniec XX w. najważniejszym zadaniem wydawców katolickich było dotarcie do czytelnika z informacją o książce. Dzisiaj znacznie lepiej radzą sobie w kontaktach z mediami oraz zmieniły podejście do swojej aktywności. Widzą, że skuteczna ewangelizacja nie musi być sprzeczna z intensywnymi i prowadzonymi na szeroką skalę działaniami promocyjnymi.

Dla właściwego opisania problematyki promocji książki ważne jest skonstruowanie pewnych ram, które pozwolą odróżnić działania prowadzone na rzecz upowszechniania książek od ogólnych czynności marketingowych. W *Encyklopedii wiedzy o książce* pod hasłem **reklama i propaganda księgarska** zwrócono uwagę na dwa aspekty marketingu – ekonomiczny i kulturotwórczy<sup>6</sup> mając na uwadze książkę jako produkt.

---

<sup>3</sup>J. FROŁOW: *Wydawnictwa katolickie w Polsce...*, s. 21-22.

<sup>4</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005...*, s. 47-48.

<sup>5</sup>K. FROŁOW, J. WOLAK: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007...*, s. 61-70.

<sup>6</sup>„Reklama i propaganda księgarska [jedno hasło J.W.] odgrywa znaczną rolę w pracy księgarza. Jej zadaniem jest informowanie potencjalnych nabywców o asortymencie książek, o ich walorach oświatowych czy poznawczych, o miejscu i możliwości ich kupna oraz zachęcać do odwiedzania księgarni i korzystania z jej usług (...) Propaganda księgarska jest to: działalność mająca na celu popularyzowanie czytelnictwa jako czynnika rozwoju społecznego, materialnego i kulturalnego; zespół środków i form działania stosowanych, poza normalną

Natomiast w kontekście instytucji promujących książkę pomocna może być definicja **propagandy bibliotecznej**<sup>7</sup>. Dla obu terminów wspólne jest popularyzowanie czytelnictwa i pozyskiwanie nowych czytelników. Biblioteki należą do instytucji non-profit, w związku z tym nie są nastawione na zysk, świadczą społeczeństwu usługi z zakresu oświaty, rozrywki i kultury. Jednak książkę upowszechniają także instytucje komercyjne, czyli wydawnictwa, księgarnie i hurtownie.

Książka w ujęciu ekonomicznym<sup>8</sup> traktowana jako produkt na rynku jest towarem specjalnym. Posiada wartość materialną oraz wartość dodaną, która określa jej wymiar estetyczny i ideowy. Marketingowy punkt widzenia wymusza spojrzenie na książkę jak na towar zaspakajający potrzeby konsumenckie, czyli oferujący czytelnikowi szereg możliwości oraz cechujący się pewnymi walorami użytkowymi. Dla poszczególnych osób wymagania wobec takiego specjalnego produktu mogą być indywidualne i zależeć od różnych czynników. Niektóre oczekiwania wobec „dobrej książki” to: powinna bawić i uczyć, być wspaniałym prezentem, ucztą dla duszy, źródłem wiedzy, pozwolić przyjemnie spędzić czas, oderwać się od codzienności, odprężyć się. Dwoistość natury promocji książki uwydatnia definicja Radosława Cybulskiego: „promocja książki jest wszechstronnym działaniem skierowanym na optymalizację warunków wytwarzania, rozpowszechniania i konsumowania książek oraz maksymalnego zaspokojenia potrzeb czytelnicznych jako czynnika podnoszącego poziom oświaty”<sup>9</sup>.

Możemy zatem sformułować kilka uwag dotyczących promocji książki. Po pierwsze przebiega ona dwutorowo, a większy nacisk kładzie się na aspekt ważniejszy dla instytucji podejmującej działania, czyli albo na zysk finansowy, albo na cele społeczne (kulturotwórcze: czytelnictwo, edukacja). Aspekty te mogą się łączyć. Polem wspólnym będą działania promocyjne (Rysunek 3). W zależności od tego, jakie cele dominują w filozofii firmy, inne kryteria będą wprawiały w ruch komunikację marketingową. W sytuacji gdy głównym czynnikiem jest osiągnięcie zysku – korzyści edukacyjne powstaną niejako przy okazji. Jeśli zaś nadrzędnym zadaniem jest upowszechnienie roli kulturotwórczej – dochód również zostanie wypracowany.

---

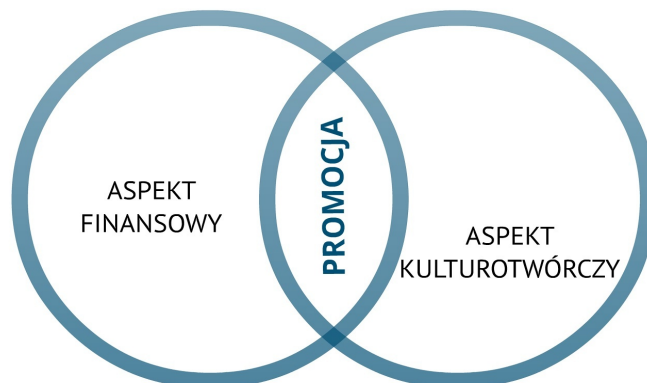
reklamą handlową, przez instytucje księgarskie i wydawnicze dla zjednania nowych odbiorców i czytelników książek.” *Encyklopedia wiedzy o książce*. Red. A. BIRKENMAJER, B. KOCOWSKI, J. TRZYNADŁOWSKI. Wrocław 1971, kol. 2063.

<sup>7</sup>„Propaganda biblioteczna, działalność biblioteki mająca na celu zwiększenie jej roli i wpływu w społeczeństwie, przede wszystkim w zakresie upowszechniania czytelnictwa, popularyzacji wiedzy i pozyskania jak najszerszych kręgów czytelników. Działalność propagandowa stanowi nieodzowny składnik pracy nowoczesnych bibliotek”. *Encyklopedia wiedzy o książce...*, kol. 2002-2003.

<sup>8</sup>M. ŚWITAŁA: *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*. Warszawa 2005, s. 25-26.

<sup>9</sup>R. CYBULSKI: *Książka współczesna*. Warszawa 1986, s. 300.

**Rysunek 3.** Aspekty promocji książki



**Źródło:** Opracowanie własne.

Po drugie, dla komercyjnego znaczenia promocji książki najbardziej pojemną strukturą pojęciową będzie jej koncepcja marketingowa. I wreszcie po trzecie, w przypadku gdy aspekt finansowy nie ma pierwszoplanowego znaczenia, najbardziej pojemną strukturą będzie jej koncepcja bibliologiczna. Pozostaje postawić pytanie, jak w powyższe rozważania wpisuje się promocja książki wydawców katolickich? Należą do nich tak instytucje komercyjne, jak i non-profit<sup>10</sup>. Edytorzy związani z zakonami i diecezjami są organizacjami non-profit, ich misją jest ewangelizacja społeczeństwa, a wypracowany zysk zostaje przeznaczony na potrzeby instytucji macierzystej. Nie są wspierani z datków wiernych i bardzo rzadko korzystają z subwencji państwowych. Wśród oficyn konfesyjnych nie brak jednak prywatnych komercyjnych domów wydawniczych. Do niedawna edytorzy katoliccy na reklamę publikacji przeznaczali bardzo niewielkie kwoty lub w ogóle nie podejmowali działań promocyjnych. Obecnie coraz sprawniejsza dystrybucja i widoczna promocja przekładają się bezpośrednio na wzrost zainteresowania książką katolicką. Katolickie domy wydawnicze stopniowo odchodziły od modelu, w którym ze względów ewangelizacyjnych odrzucano zupełnie aspekt komercyjny. Współcześnie ważna jest także sprzedaż i promocja, które pozwalają na komunikowanie potencjalnym nabywcom bogatej oferty religijnej. To, co odróżnia wydawców katolickich od pozostałych uczestników rynku książki, to fakt że funkcja ewangelizacyjna i komercyjna ze sobą współistnieją. Książd Marek Otolski uważa, że: „powodem dość sprawnego funkcjonowania wydawnictw katolickich są przede wszystkim ludzie i specyfika ich działania, motywacji. Chcę zwrócić uwagę, że nie są to wydawnictwa zorientowane tylko na

---

<sup>10</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI, K. FROŁOW: *Rynek książki w Polsce 2008. Wydawnictwa*. Warszawa 2008, s. 140.

zysk. Pracują w nich na stanowiskach kierowniczych przede wszystkim księża i zakonnicy, którzy z racji swojego powołania robią to dla idei, a nie dla pieniędzy. (...) Dobre wyniki wynikają zatem głównie z ludzkiego zapału”<sup>11</sup>.

Definicję marketingu w odniesieniu do rynku księgarskiego znajdziemy w publikacji Ossolineum z Serii „Książka o Książce” – *Współczesne polskie księgarstwo*<sup>12</sup>. Autor hasła – Radosław Cybulski pisze, że decyzje związane z marketingiem muszą się opierać na badaniach rynku księgarskiego i prowadzić do szerzenia informacji o nim. Zwraca też uwagę na ograniczony zasięg działania marketingu książki ze względu na specyficzne cechy handlu w tej branży, do których należą: bardzo duże zróżnicowanie i bogata struktura asortymentu (każdy tytuł to odrębny produkt), różnorodność potrzeb klientów (ten sam tytuł może być kupiony przez klientów o zupełnie odmiennych potrzebach), oraz występowanie aspektów kulturalnych w działalności księgarni. Zasadniczą rolę w nowoczesnej działalności marketingowej odgrywa poprawnie zastosowany marketing i narzędzia jakimi się posługuje. Dla branży wydawniczej najlepszym zestawem marketingu mix jest propozycja McCarthy’ego. Jest to zbiór elementów, dzięki którym wydawcy mogą efektywnie realizować swoje cele na rynku. Narzędzia marketingu mix na rynku książki to<sup>13</sup>: produkt (tytuł, jakość papieru, format, kolorystyka, grafika, druk, okładka, marka, przychody ze sprzedaży), cena (cena katalogowa, zniżki i ulgi, okres płatności, warunki kredytu), dystrybucja (zasięg terytorialny, kanały dystrybucji, lokalizacja, zapasy, transport), promocja (reklama książek, promocja sprzedaży, public relations, sprzedawcy, marketing bezpośredni).

Kryterium właściwego zaprojektowania marketingu mix na rynku książki wydawców katolickich jest obserwacja otoczenia, a szczegółowo: firm konkurencyjnych, opinii społecznej (określającej kierunek rozwoju rynku książki), pośredników (agencje marketingowe, drukarnie), dostawców (np. papieru, sprzętu drukarskiego i komputerowego). Podstawą działalności marketingowej powinien być produkt zgodny z panującymi oczekiwaniami społecznymi, wspierany poprawną polityką cenową, sprawnym systemem dystrybucji oraz skuteczną komunikacją rynkową. Patrząc z tej perspektywy na książkę wydawców konfesyjnych, należy zwrócić uwagę na dwie kwestie istotne dla książki – produktu. Po pierwsze, czy oferowana książka jest zgodna z panującą tendencją na rynku. Chodzi tutaj o mody czytelnicze spowodowane trendami zaobserwowanymi w społe-

---

<sup>11</sup>J. FROŁOW: *Raport o książce...*, Warszawa 2001, s. 46.

<sup>12</sup>Hasło: Marketing: „metoda organizowania sprzedaży polegająca na stworzeniu jednolitej koncepcji polityki rynkowej danego przedsiębiorstwa, uwzględniającej rynek jako całość, a więc odbiorców, producentów, firmy konkurencyjne i sposoby osiągnięcia zamierzonej sprzedaży.” Na podstawie: *Współczesne polskie księgarstwo. Mały słownik encyklopedyczny*. Wrocław 1981, s. 134-136.

<sup>13</sup>M. ŚWITAŁA: *Zachowania konsumentów i marketing...*, s. 24.

czeństwie lub o wydarzenia kreujące zapotrzebowanie na konkretne tytuły. Po drugie, z jakiego powodu konsument decyduje się na zakup książki. Motywacją zakupu może być np. zawartość publikacji (treść, fotografie, rysunki) lub marka - nazwisko autora lub innego twórcy dzieła (fotograf, ilustrator, czasem tłumacz). Kolejnym narzędziem marketingu mix jest cena. Od pozostałych elementów mieszanki odróżnia ją to, że generuje przychody, a nie koszty. Ustalając wartość publikacji, wydawca kieruje się zasadą akceptowalności ceny przez konsumenta. Dobra strategia cenowa stanowi o konkurencyjności oficyny, jest podstawą budowania jej prestiżu i umocnienia pozycji rynkowej. Informacyjna funkcja marketingu w branży wydawniczej polega na dostarczeniu wiedzy niezbędnej do podjęcia decyzji o zakupie książki oraz na zaprezentowaniu nowości wydawniczych. Jej celem jest zatem przeprowadzenie czytelnika przez wszystkie etapy procesu decyzyjnego oraz kreowanie nowych potrzeb czytelniczych i sposobów ich zaspokojenia<sup>14</sup>.

Wydawcy literatury katolickiej korzystają z wielu narzędzi marketingowych mających na celu stymulację aktywności konsumenta na rynku książki. Najczęściej stosowane to: kontakt ze sprzedawcą, miejsce sprzedaży, Internet, reklama, programy lojalnościowe, promocja sprzedaży, opakowanie produktu, obniżki cen, targi. Księgarnia jest niezwykle ważnym elementem handlu książką. Mają na to wpływ możliwości marketingowe tego miejsca sprzedaży, które podlegają odpowiednio przygotowanej strategii promocji. W tym celu należy<sup>15</sup>: 1. określić cel, uwzględniający szanse i zagrożenia na rynku książki edytorów katolickich; 2. opracować strukturę budżetu przeznaczonego na kampanię promocyjną; 3. dokonać analizy działalności firmy, uwzględniając wielkość sprzedaży i dotychczasowe akcje marketingowe; 4. opisać grupy klientów z punktu widzenia dotychczasowych zakupów i oczekiwań; 5. poznać działania konkurencji w zakresie komunikacji marketingowej. Po przeprowadzeniu dokładnej analizy dostępnych danych można przystąpić do przygotowania oferty, która zachęci czytelników do większej aktywności podczas jej trwania. Rysunek 4 przedstawia etapy budowania strategii promocji na rynku książki<sup>16</sup>:

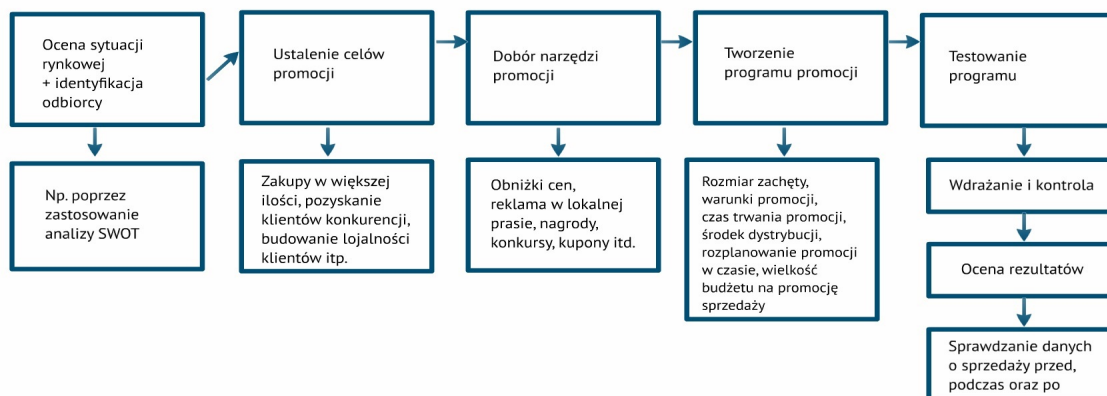
---

<sup>14</sup>Ibidem, s. 30.

<sup>15</sup>Ibidem, s. 31.

<sup>16</sup>M. Światała na podstawie: P. KOTLER: *Marketing*. Warszawa 1994.

Rysunek 4. Budowanie strategii promocji



**Źródło:** M. ŚWITAŁA: *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*. Warszawa 2005, s. 32.

Warto zauważyć, że przyjęta strategia musi się w jakiś sposób wyróżniać. Jeśli na przykład wszystkie księgarnie i punkty sprzedaży ustalą 10% rabat na publikacje katechetyczne w miesiącu wrześniu, to jest to błędne działanie marketingowe, bo oferta w poszczególnych domach książki niczym nie różni się od konkurencji. Obniżka, która ma zachęcić czytelnika do zakupów, powinna cechować się unikalnością i zwracać uwagę potencjalnego nabywcy. Tylko wtedy korzyści płynące z przeprowadzanych działań marketingowych będą znaczące dla księgarzy w postaci większej sprzedaży w czasie trwania promocji oraz dla klientów w postaci satysfakcji z zakupu.

Najważniejszymi czynnikami oddziałującymi na klienta jest miejsce sprzedaży oraz obsługa klienta przez księgarza w stacjonarnej księgarni. Atrakcyjność domu książki jest zależna od dobrej lokalizacji, przyjaznego wystroju wnętrza i właściwie wyeksponowanego asortymentu. Natomiast na jakość kontaktu z księgarzem przekłada się profesjonalizm obsługi i szeroki zakres świadczonych usług.

#### 4.1 Promocja - definicja pojęcia

Definicja słowa *promocja*<sup>17</sup> wywodzi się z łacińskich wyrazów *promotio* – „poparcie”, „rozpowszechnianie” i *promovere* – „posuwać naprzód, awansować”, a przenieśniewnie „popierać, wstawiać się za kims”. W marketingu dotyczy oddziaływania na klientów i potencjalnych nabywców. Polega ono na dostarczaniu informacji, argumentacji i obietnic oraz zachęty, co ma skłonić nabywców do zakupu oferowanych produktów lub skorzystania z proponowanych usług, a także stworzyć przychylną opinię o organizacjach, firmach, instytucjach. Promocja będąca elementem kompozycji marketingu-mix jest sposobem komunikacji instytucji z rynkiem. W literaturze nazywa się ją również polityką komunikacji marketingowej. Składa się na nią zespół działań i środków, za pomocą których przedsiębiorstwo przekazuje na rynek informację o produkcie i firmie, pobudza i ukierunkowuje popyt, kształtuje potrzeby nabywców, zmniejsza elastyczność cenową popytu. Instytucja komunikując się z rynkiem ma na celu wywołanie zaplanowanych reakcji (postaw i zachowań) u potencjalnych klientów. Nabywcy komunikują się również z przedsiębiorstwem poprzez akceptację lub odrzucenie jego oferty usługowej. Promocja jest więc dialogiem pomiędzy firmą a jej otoczeniem i obejmuje sześć podstawowych elementów<sup>18</sup>: uczestników komunikacji (nadawca, odbiorca), przekaz (komunikat), kanał transmisji przekazu, szumy (zakłócenia), sprzężenie zwrotne, kontekst komunikacji.

Nadawcą jest firma, przedsiębiorstwo lub instytucja, która opracowuje koncepcję komunikacji z rynkiem. Ma to służyć realizacji strategii funkcjonowania i rozwoju. Ustala się cel komunikacji, docelowe grupy działań promocyjnych, formy i środki tych działań, budżet i zasady realizacji. Odbiorca to adresat przekazów emitowanych przez nadawcę. Zachodzi między nimi proces komunikacji dzięki informowaniu, nakłanianiu i perswazji. Nadawca przekazuje informacje, które po przekroczeniu progu wrażliwości na bodźce odbiorcy, uruchamiają procesy percepcji, dekodowania i przyswojenia. Przekaz (komunikat) jest złożoną, kompleksową strukturą i centralnym elementem procesu komunikacji. Obejmuje on treść (znaczenia), symbole (kody) razem z czynnościami kodowania i dekodowania obrazu. Znaczenie przekazu to cele i zamiary nadawcy. Aby komunikowanie było skuteczne, znaczenie musi być poprawnie zakodowane i właściwie odczytane przez adresatów. Kanał transmisji przekazu określa sposób i środki dotarcia z komunikatem do odbiorcy. Jego charakter może być bardzo zróżnicowany, ponieważ kanałem jest zarówno system nerwowy człowieka, jak i fale dźwiękowe, świetlne, radiowe oraz techniczne środki przekazywania informacji: telewizja, radio, prasa, Internet, płyta CD, DVD i in-

---

<sup>17</sup>T. SZUCKI: *Encyklopedia marketingu*. Warszawa 1998, s. 256.

<sup>18</sup>*Podstawy marketingu*. Red. J. ALTKORN. Kraków 2003, s. 271.



ne. Szумы to zakłócenia występujące w procesie komunikacji; najczęściej wyróżniamy szумы semantyczne oraz zewnętrzne. Te pierwsze powstają wtedy, gdy nadawca niewłaściwie wyrazi znaczenie intencji za pomocą symboli, kodów i formy, co może utrudnić, a nawet zablokować percepcję komunikatu, jego odczytanie i zrozumienie przez adresata. Drugi rodzaj szumów – zewnętrzny, określa zakłócenia, które wynikają z otoczenia uczestników procesu komunikacji. Sprzężenie zwrotne to odpowiedź odbiorcy na odebrany przekaz. Podczas komunikacji bezpośredniej następuje ono natychmiastowo, natomiast w komunikacji pośredniej, medialnej może być wydłużone w czasie. Sprzężenie zwrotne jest poddawane szczegółowym badaniom marketingowym, bo od niego zależy skuteczność działań promocyjnych. Kontekst jest zespołem warunków prowadzonej komunikacji. Może być rozpatrywany w różnych aspektach: psychologicznym, fizycznym, kulturowym, czasowym, historycznym.

Do zadań promocji zaliczamy<sup>19</sup>: 1. poznanie czegoś osobliwego (zwrócenie uwagi, rozszerzenie wiedzy i uświadomienie nowych możliwości zaspokojenia potrzeb); 2. zmianę uczuć (wzrost zainteresowania, okazanie sympatii); 3. przyjęcie określonej postawy (tworzenie preferencji, pobudzenie pragnienia, wyrażenie przekonania i intencji); 4. weryfikację oceny; 5. zasygnalizowanie podjęcia działań (próba, akceptacja, zakup produktu).

Promocja<sup>20</sup> lansuje wizerunek firmy i jej produktów, usług, zachęca do skorzystania z oferty usługowej w określonym miejscu i czasie na określonych warunkach a także dąży do uzyskania przewagi nad konkurencją. Sama fizyczna obecność na rynku dobra czy usługi nie zapewni sukcesu organizacji, jeśli nie podejmie ona ciągłej komunikacji z rynkiem. Dzięki promocji przedsiębiorstwo może na stałe wpisać się w świadomość odbiorców. Proces ten ułatwiają jej funkcje: informacyjna, pobudzająca (perswazyjna) i konkurencyjna. Funkcja informacyjna jest odpowiedzialna za dostarczenie obecnym i potencjalnym nabywcom informacji, które mają zadanie przełamać barierę nieznaności rynku. Można powiedzieć, że pełni ona rolę edukacji rynkowej klientów. Służą temu zestawy informacji przedstawiające konkretne dane o firmie, produkcie, usługach (daty, liczby, fakty), a także informacje zrozumiałe poprzez konkretny kontekst, grę słów. Mają one na celu przedstawienie skali potencjalnych korzyści, uświadomienie istnienia firmy czy marki. Funkcja perswazyjna zachęca, nakłania, pobudza, aktywizuje, zmierza do wywołania i utrwalenia zamierzonych działań i zachowań nabywców na rynku. Wyraża oddziaływanie przedsiębiorstwa na popyt, kształtuje potrzeby i preferencje nabywców uwzględniając zasoby i cele przedsiębiorstwa oraz opłacalność działalności

---

<sup>19</sup>E. MICHALSKI: *Marketing*. Warszawa 2003, s. 301.

<sup>20</sup>*Podstawy marketingu...*, s. 274-275.

gospodarczej. Funkcja perswazyjna działa w następujących obszarach: 1. ukazuje potencjalnym nabywcom braki i kształtuje potrzeby, 2. prezentuje możliwy i „najbardziej właściwy” sposób ich zaspokojenia, 3. kształtuje preferencje wyboru poprzez akcentowanie walorów własnej oferty i dostarczanie im odpowiedniego zestawu argumentów, 4. kształtuje lojalność wobec oferty firmy. Funkcja ta operuje bodźcami racjonalnymi i emocjonalnymi przekazując intencje nadawcy. Realizują ją wszystkie instrumenty komunikacji marketingowej: argumentacja, promocyjna obniżka cen, porady doradcy klienta, reklama w różnych mediach, e-marketing, sponsoring. Celem tych wszystkich działań jest zdobycie i utrzymanie nabywcy, czyli stworzenie klienteli stałej, lojalnej wobec firmy. Funkcja konkurencyjna tworzy pozacenowe instrumenty rywalizacji rynkowej i przejawia się na dwóch płaszczyznach. Pierwsza, to konieczność zapewnienia przez przedsiębiorstwo atrakcyjności instrumentom i programom promocyjnym. Druga z kolei, to możliwość zakłócania kampanii promocyjnych konkurencji. Widocznym zastosowaniem tej funkcji przez przedsiębiorstwo jest większa od konkurentów częstotliwość „obecności” w mediach, większa powierzchnia i czas antenowy, powielanie lub oryginalność kampanii reklamowych. Natężenie tych działań promocyjnych wpływa na sposób percepcji informacji rynkowej.

Promotion-mix jest jednym z elementów marketingu-mix, sama stanowi mieszankę instrumentów, które wykorzystuje do komunikacji z otoczeniem. Należą do nich reklama, promocja sprzedaży, public relations i publicity, sprzedaż osobista, marketing bezpośredni<sup>21</sup>. Każdy z nich ma swoje indywidualne cechy i generuje inne koszty. Wydawcy książek katolickich korzystają z całego wachlarza form promocji i podejmują aktywne działania służące budowaniu swojego wizerunku i docieraniu do coraz szerszych kręgów odbiorców ze swoją ofertą. Dalsza część rozdziału zawiera prezentacje wybranych narzędzi komunikacji z rynkiem, które stosują oficyny konfesyjne. Szczególnie uważnie potraktowano elementy, które wyróżniają właśnie książkę katolicką.

---

<sup>21</sup>L. KUCZEWSKA: *Przygotowanie do działalności usługowej. Marketing usług*. Warszawa 2004, s. 47; P. KOTLER: *Marketing*. Poznań 2005, s. 589-591.

## 4.2 Księgarnie specjalistyczne

Najbardziej oczywistym i bezpośrednim narzędziem komunikacji pomiędzy wydawcami a czytelnikami są księgarnie. W części poświęconej dystrybucji, omówiono księgarnie ogólnoasortymentowe, podkreślając fakt istnienia literatury religijnej w dużych domach książki. Warto pamiętać, że w latach 90. XX w. nieliczne tytuły trafiały do tego kanału sprzedaży. W tym miejscu rozprawy przyjrzymy się szerzej księgarniom specjalistycznym, handlującym głównie książką katolicką i dewocjonaliami. Nikogo nie powinien dziwić fakt wprowadzenia do sprzedaży ikon, świec czy akcesoriów liturgicznych obok książki. Podobnie bywa w księgarniach ogólnych lub dużych sieciach księgarskich, gdzie poza literaturą sprzedaje się również inne media (nośniki z muzyką i filmem), artykuły papiernicze, maskotki, perfumy czy biżuterię.

O oddziaływaniu sklepu na konsumentów, jako miejscu o dużej liczbie silnych bodźców, pisał Paco Underhill<sup>22</sup>. Według niego sklep to medium przesyłające komunikaty do osób odwiedzających, gdzie konkretne informacje mają za zadanie wpływać na zrealizowanie transakcji sprzedaży. Miejsce powinno być trójwymiarową reklamą o dużej liczbie bodźców oddziaływających na klienta. Czynniki, które najbardziej wpływają na podjęcie decyzji o zakupie, to: system informacji, wielkość ekspozycji, pozycja na półce i inne elementy organizacji powierzchni sprzedażowej. Są one ważniejsze od przywiązania do marki produktu i jego reklamy. Osoba organizująca sklep powinna zadbać, aby produkty były: 1. widoczne (oddziaływanie); 2. dostępne (zapewnienie możliwości poznania zmysłowego); 3. zrozumiałe (wiadomo o czym informują); 4. zaciekawiające (umożliwiające odkrycia i zachęcające konsumenta do poszukiwań).

Księgarnia spełniająca oczekiwania czytelników musi być miejscem wygodnym, bezpiecznym i strukturalnie zrozumiałym, w którym będzie panowała przyjazna atmosfera. Znaczenie ma także wolny dostęp do półek lub umieszczenie asortymentu za ladą księgarską, co z założenie ogranicza swobodny sposób zapoznania się z ofertą. Wiedza o tych wyznacznikach powinna sprzyjać takiej aranżacji przestrzeni domu książki, aby klient chciał tam spędzić jak najwięcej czasu celem wyboru lektury. Niestety, możliwość zapoznania się z książką w pozycji siedzącej, wciąż nie jest zbyt powszechna i jest charakterystyczna raczej dla kluboksięgarni i sieci księgarń (EMPIK, Świat Książki), niż tradycyjnych obiektów.

Ze względów marketingowych duże znaczenie ma lokalizacja księgarni<sup>23</sup>. Biorąc pod uwagę aspekt społeczny, rozmieszczenie punktów sprzedaży powinno sprzyjać zaspo-

---

<sup>22</sup>P. UNDERHILL: *Dlaczego kupujemy*. Warszawa 2001.

<sup>23</sup>Hasło Lokalizacja księgarń. W: *Współczesne polskie księgarstwo...*, s. 130-131.

kojeniu istniejącego popytu na książki, a dodatkowo popyt ten pobudzać. Dla branży księgarskiej charakterystyczna jest koncentracja księgarń w ciągach handlowych dużych i średnich miast. Sytuacją bardzo przyjazną czytelnikowi jest bliskie położenie księgarni ogólnosortymentowych i księgarni specjalistycznych, nie może tutaj również zabraknąć domu książki z literaturą katolicką. Przykładem takiej koncentracji księgarń sprzyjającej klientom było do niedawna śródmieście Katowic<sup>24</sup>. W niedalekiej odległości od dworca PKP znajdowały się: Świat Książki (ul. 3 Maja 34), Księgarnia Matras (ul. Stawowa 10), Salon EMPIK (ul. P. Skargi 6), Księgarnia Św. Jacka (dwa obiekty: ul. Rynek 13, ul. 3 Maja 18), Księgarnia Jerzy (ul. 3 Maja 10), oraz dwa punkty z taną książką (dolny hol dworca PKP, Dom Handlowy „Ślązak”). Idealna sytuacja dla handlu książką to taka, która działa na korzyść konsumenta, nie wymagając od niego dodatkowego wysiłku w zrobieniu zakupów. Oznacza to, że księgarnie cieszą się największą liczbą odwiedzin, jeśli znajdują się w ciągu handlowym, w sercu miasta, nie zaś na jego peryferiach.

Kontakt z księgarzem ma decydujący wpływ na zachowanie i aktywność klienta podczas zakupów, jest to bezpośredni sposób komunikacji z potencjalnym nabywcą. Podczas tej relacji klient powinien otrzymać szczegółowe informacje o książce, odpowiedzi na dodatkowe pytania, czasem porady oraz odnaleźć pozycje na półce i sfinalizować transakcję przy kasie. Zachowanie (poziom profesjonalizmu) sprzedawcy w zakresie obsługi klienta sklepu sprawi, że nabywca poczuje się usatysfakcjonowany lub zrezygnuje z zakupów. Widzimy więc, że na obsługę konsumenta składa się cały zespół czynności związanych z przeprowadzeniem transakcji kupna-sprzedaży. Cały proces w znaczącym stopniu zależy od poziomu kulturalnego pracowników księgarni i warunkowany jest takimi cechami, jak grzeczność, uprzejmość, przestrzeganie elementarnych zasad dobrego wychowania, takt, opanowanie, dbałość o zewnętrzny wygląd osobisty. Te zalety ułatwiają księgarzowi nawiązanie umowy sprzedażowej z każdym konsumentem w takiej atmosferze, aby rozbudzić jego zainteresowania czytelnicze. Dodatkowo przy obsłudze klienta pomaga sprzedawcy znajomość asortymentu księgarni i orientacja w produkcji wydawniczej (zapowiedzi, nowości, serie, końcówki nakładów itp.) Na przebieg procesu obsługi ma wpływ forma sprzedaży zastosowana w zależności od sytuacji, czy klient znajduje się na froncie księgarni, stoi przed ladą księgarską, czy korzysta z wolnego dostępu do półek. Jerzy Penkala<sup>25</sup> rozróżnia trzy rodzaje obsługi klienta w zależności od przebiegu rozmowy sprzedażowej. W sytuacji gdy księgarz ogranicza się jedynie do podania klientowi książki, której ten poszukuje, lub udziela lakonicznej informacji, gdy poszukiwanych tytułów brak w księgarni, mówimy o „biernej obsłudze klienta”. „Aktyw-

---

<sup>24</sup>Przed reorganizacją przestrzeni miejskiej w 2010 roku.

<sup>25</sup>Hasło Obsługa klientów. W: *Współczesne polskie księgarstwo...*, s. 148-149.

na obsługę klienta” reprezentuje księgarz z własnej inicjatywy podający czytelnikowi inne książki poza tymi, o które ten pytał; podobnie w przypadku braku poszukiwanego tytułu – proponuje inne, które mogą go zainteresować. Autor wyróżnił jeszcze „aktywną pogłębioną obsługę klienta”, gdy księgarz jest zorientowany w zainteresowaniach czytelnika i poza tytułami proponuje mu usługi świadczone przez księgarnię, np. sprzedaż ratalną, uczestnictwo w programie lojalnościowym, wysyłanie newslettera z ofertą księgarni, przekazanie prospektów i katalogów wydawniczych, odłożenie poszukiwanego tytułu itp. Współcześnie prospekty reklamowe książek i katalogi wydawnicze najczęściej są dostępne dla wszystkich klientów domu książki i zazwyczaj leżą na ladzie księgarskiej.

W wielu księgarniach, tak specjalistycznych, jak i ogólnosortymentowych, można zaobserwować u pracowników brak podstawowej wiedzy o potrzebach i preferencjach czytelnika, jego gustach i zachowaniach. Zdarza się, że pobyt klienta w domu książki jest natarczywie monitorowany przez sprzedawcę, co oczywiście powoduje odczucie niechęci do tego punktu sprzedaży i przyczynia się do unikania go, jako miejsca nieprzyjaznego klientowi.

Poniżej zaprezentowano kilka wybranych domów książki, które oferują literaturę konfesyjną. W pierwszej kolejności warto zwrócić uwagę na placówki patronackie – Wydawnictwo Święty Wojciech i sieci sklepów – Księgarnia św. Jacka, Wydawnictwo WAM, Edycja Świętego Pawła.

Księgarnia św. Jacka<sup>26</sup> dysponuje siecią około dwudziestu sklepów firmowych (m.in. w Katowicach, Bielsku-Białej, Bytomiu, Chorzowie, Częstochowie, Gliwicach, Mikołowie, Opolu, Pszczynie, Rybniku, Żorach), gdzie można nabyć książki religijne wielu wydawców katolickich, podręczniki do nauki religii, a ponadto obrazy religijne, figury świętych, papeterię, wyprawkę związaną z życiem sakramentalnym oraz artykuły służące posłudze kapłańskiej (księgi i szaty liturgiczne, kielichy mszalne, kadzidła itp.) Prowadzi również własną hurtownię i księgarnię internetową. Wspólnie ze Stowarzyszeniem Wydawców Katolickich jest inicjatorem i organizatorem Kiermaszu Wydawców Katolickich odbywającego się w Katowicach od 2005 roku.

Księgarnie firmowe WAM znajdują się w Krakowie, Bielsku-Białej, Nowym Sączu, Opolu i Warszawie. Wszystkie placówki proponują pozycje Wydawnictwa w cenach promocyjnych, a ich oferta równolegle jest dostępna on-line. Poza własnymi publikacjami

---

<sup>26</sup>Księgarnia św. Jacka powstała 25 maja 1925 roku i pierwotnie nosiła nazwę „Księgarnia i Drukarnia Katolicka”. Jej jedynym właścicielem jest Kuria Metropolitarna w Katowicach. Głównym przedmiotem działalności jest prowadzenie księgarń, oddziału nakładowego i liturgicznego. Wydawnictwo, Dyrekcja i Hurtownia Księgarni św. Jacka znajdują się przy ulicy Warszawskiej 58 w Katowicach.

księgarnie WAM dystrybuują także książki innych oficyn. Wydawnictwo posiada własną księgarnię internetową<sup>27</sup>.

Edycja Świętego Pawła jest wydawnictwem należącym do Zgromadzenia Paulistów (Towarzystwo św. Pawła). Oficyna dysponuje dwoma hurtowniami (Częstochowa i Gniezno) oraz prowadzi Księgarnię św. Pawła, powstałą w 1989 roku w Częstochowie. Oferta domu książki jest bardzo bogata i obejmuje publikacje wielu wydawców katolickich oraz świeckich z zakresu tematyki rodzinnej, pedagogiki i psychologii, płyty CD i DVD, druki akcydensowe. Ponadto księgarnia Edycja Świętego Pawła firmuje kilka placówek patronackich, działających na podstawie porozumienia o sprzedaży. Założycielami są osoby z zewnątrz, nie powiązane wcześniej z oficyną, które zainicjowały własne przedsięwzięcia przedstawiając konkretne plany rozwoju. Oferta tych księgarń w 90% obejmuje książki założyciela. Placówki działają w Warszawie („Księgarnia Paulistki”), Katowicach („Księgarnia MJ”), Olsztynie („Księgarnia Ambasador”), Gdyni i Lublinie („Księgarnia św. Pawła”).

Tradycyjną księgarnią dysponuje również Wydawnictwo Święty Wojciech<sup>28</sup>. Poznańska placówka<sup>29</sup> powstała w 1895 roku i jest jedną z największych księgarń katolickich w kraju. Bieżąca oferta obejmuje książki z zakresu: teologii, katechetyki, duchowości, historii Kościoła, albumy, literaturę piękną i dziecięcą, pozycje z psychologii i pedagogiki. Nie brak również prasy katolickiej i przedmiotów kultu religijnego. Poza tym wydawnictwo dysponuje księgarnią internetową<sup>30</sup>, w której można kupić również publikacje innych edytorów katolickich.

Większość wydawnictw archidiecezjalnych i diecezjalnych posiada swoje stacjonarne księgarnie, które prezentują własną ofertę, a nierzadko i innych wydawców konfesyjnych. Do najbardziej znanych zaliczamy: Księgarnię Archidiecezjalną w Gnieźnie, Księgarnię Archidiecezjalną w Krakowie, Księgarnię Diecezjalną w Łomży, Księgarnię Archidiecezji Łódzkiej, Księgarnię św. Krzyża w Opolu, Płocką Księgarnię Diecezjalną, Katolicką Księgarnię Archidiecezjalną ROMA w Przemyślu, Księgarnię Diecezjalną w Siedlcach, Księgarnię „Biblos” w Tarnowie, Księgarnię Diecezjalną w Toruniu, Księgarnię Centrum Duszpasterstwa Archidiecezji Warszawskiej, Księgarnię Wydawnictw Diecezjalnych we Włocławku, Wrocławską Księgarnię Archidiecezjalną, Diecezjalną Księgarnię

---

<sup>27</sup>Wydawnictwo WAM: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://e.wydawnictwowam.pl/> [Data dostępu: 15.04.2013].

<sup>28</sup>Wydawnictwo Święty Wojciech powstało 17 grudnia 1897 roku w Poznaniu. Do marca 2008 oficyna nosiła nazwę Księgarnia św. Wojciecha.

<sup>29</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2007. Dystrybucja*. Warszawa 2007, s. 262-263.

<sup>30</sup>Moje Książki: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://mojeksiążki.pl/> [Data dostępu: 29.08.2011].

i Hurtownię Św. Antoniego w Zielonej Górze. Ciekawym przykładem jest ostatnia z wymienionych placówek, gdyż posiada ona kilka punktów sprzedaży pod tą samą nazwą Księgarnia św. Antoniego. Poza siedzibą zielonogórską sklepy znajdują się w Gorzowie Wielkopolskim, Głogowie, Wschowej, Międzyrzeczu i Świebodzinie.

Księgarnia na ul. Miodowej razem z Księgarnią św. Jana Chrzciciela na Krakowskim Przedmieściu i Księgarnią Sophia w ośrodku akademickim przy ul. Dewajtis należą do Centrum Duszpasterstwa Archidiecezji Warszawskiej<sup>31</sup>. Księgarnia na Miodowej do grudnia 2004 roku funkcjonowała jako placówka kurii dla osób duchownych, a po reorganizacji otworzyła swoje progi dla wszystkich zainteresowanych. Jej oferta obejmuje ok. 10 tys. tytułów, a poza książkami prowadzi sprzedaż dewocjonaliów, pamiątek i szat liturgicznych.

Na szczególną uwagę zasługuje również Księgarnia Archidiecezjalna z Gniezna<sup>32</sup>, działająca od 1989 roku przy katedrze gnieźnieńskiej. Jej właścicielem jest kuria archidiecezjalna. Bogata oferta placówki obejmuje tytuły książek wydawców katolickich, pamiątki, akcesoria liturgiczne i dewocjonaalia.

Wydawnictwa zakonne również posiadają firmowane przez siebie placówki, np.: Księgarnia Towarzystwa Chrystusowego (Poznań), Księgarnia „W drodze” dominikańskiego wydawnictwa (Poznań), księgarnia firmowa Wydawnictwa Księży Marianów MIC (Warszawa) oraz księgarnia Św. Jana Bosko wydawnictwa Salezjańskiego (Warszawa). W Białymstoku prosperuje Księgarnia św. Jerzego należąca do wspólnoty Kairos. Edytorzy naukowcy także rozwijają własne punkty sprzedaży – w Olsztynie Księgarnia „Hosianum” i w Lublinie Księgarnia KUL. Należy jeszcze wspomnieć o księgarniach znajdujących się w klasztorach, m.in.: w Poznaniu, Warszawie, Krakowie, Łodzi i Gdańsku. Najbardziej znane księgarnie należące do oficyn prywatnych to Księgarnia Jedność w Kielcach, Księgarnia Znak i Rhema w Krakowie oraz Prodoks w Nowym Sączu i Kalwarii Zebrzydowskiej.

Księgarnia Firmowa Znak<sup>33</sup> istnieje od 1991 roku i należy do wydawnictwa Znak. Oferta, poza pozycjami edytora, obejmuje także książki innych oficyn. Publikacje katolickie nie stanowią podstawy asortymentu, gdyż specjalizuje się ona głównie w polskich i zagranicznych pozycjach z grafiki i architektury. Realizuje zamówienia na publikacje obcojęzyczne wydawnictw Taschen, Phaidon i innych. Jednak nie brak w niej albumów z zakresu religii i literatury teologicznej. Placówka organizuje spotkania z autorami i oferuje karty stałego klienta.

---

<sup>31</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce 2007. Dystrybucja...*, s. 196-198.

<sup>32</sup>Ibidem, s. 227.

<sup>33</sup>Ibidem, s. 267.

Na szczególną uwagę zasługuje Księgarnia św. Stanisława BM<sup>34</sup> powstała w 1991 roku przy ulicy Wiślniej w Krakowie, należąca do Kurii Metropolitarnej. Współpracuje ona z wydawcami z całej Polski, którzy mają w swojej ofercie publikacje z zakresu religii chrześcijańskiej, m.in. Znak, WAM, Wydawnictwo Święty Wojciech, Jedność. Poza bezpośrednimi zamówieniami u wydawców, księgarnia kupuje książki w hurtowniach Rhema, Notus, Źródło. Placówka często gości autorów popularnych publikacji katolickich – Anselm Grün, Arturo Mari, ks. Mieczysław Maliński, George Weigel, O. Leon Knabit.

Wydawnictwo WAM udostępnia własną ofertę za pośrednictwem strony WWW, prowadzi też księgarnię internetową, gdzie udostępnia publikacje innych edytorów katolickich. Dodatkowo w witrynie można przeglądać ofertę księgarni firmowych. Na podstawie zawartości publikacji dostępnych w stacjonarnych domach książki i w księgarni internetowej działa Księgarnia Wysyłkowa WAM, która prowadzi sprzedaż e-booków.

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II zaprasza do trzech e-księgarni: Internetowej Księgarni Wydawnictwa KUL, Internetowej Księgarni Akademickiej i Internetowej Księgarni Fundacji Rozwoju KUL. Lubelska placówka naukowa posiada dwie jednostki zajmujące się działalnością wydawniczą. Pierwsze to Wydawnictwo KUL<sup>35</sup> powstałe w 2002 roku. Dysponuje księgarnią internetową z ofertą własnych publikacji – Księgarnia Wydawnictwa KUL<sup>36</sup>. Drugie – Towarzystwo Naukowe KUL<sup>37</sup>, którego podstawę działalności stanowi redakcja czasopism i książek, a oferta jest dostępna w sieci WWW na stronach Internetowej Księgarni Akademickiej<sup>38</sup>. Książki obu oficyn rozproszają trzeci z wymienionych wirtualnych obiektów – Internetowa Księgarnia Fundacji Rozwoju KUL<sup>39</sup>. Z punktu widzenia użytkownika mnogość tych podmiotów sprzedaży powoduje pewne zamieszanie, a zupełnie odmienna estetyka i organizacja stron nie sprzyja komfortowym zakupom. Księgarnia Wydawnictwa KUL i Księgarnia Fundacji Rozwoju KUL to nowoczesne sklepy internetowe. Pokazują swoje oferty w sposób przejrzysty, niewymagający od klienta zagłębiania się w liczne podstrony, zwracają uwagę

---

<sup>34</sup>M. WŁODARCZYK: „Część klientów zwraca uwagę na *Imprimatur*, szczególnie jeżeli książka dotyczy prawd wiary katolickiej” [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15525/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 21.10.2009].

<sup>35</sup>Wydawnictwo kontynuuje działalność Redakcji Wydawnictw KUL związanej z uczelnią od 1957 roku.

<sup>36</sup>Wydawnictwo KUL: Księgarnia. Dostępny w Internecie: <http://wydawnictwo.kul.lublin.pl/sklep> [Data dostępu: 15.04.2013].

<sup>37</sup>Towarzystwo Naukowe KUL istnieje od 1934 roku jako odrębna pod względem prawnym, ale komplementarna jednostka wobec Uniwersytetu, o charakterze naukowo-wydawniczym.

<sup>38</sup>Internetowa Księgarnia Akademicka [on-line]. [Data dostępu: 15.04.2013]. Dostępny w World Wide Web: [www.ika.org.pl](http://www.ika.org.pl).

<sup>39</sup>Fundacja Rozwoju KUL: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://www.kul.lublin.pl/ksiegarnia> [Data dostępu: 15.04.2013].



na możliwość płacenia za zakupy w systemie PayU. Natomiast Internetowa Księgarnia Akademicka, powstała z inicjatywy Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, jest jedynie pośrednikiem między czytelnikami, a wydawcą. Oznacza to, że każde zamówienie jest przekazywane do konkretnego wydawnictwa i realizowane według jego zasad sprzedaży. Sposób prezentacji treści również odbiega od tych spotykanych wspólnie. Pewne utrudnienie powoduje również fakt, że z jedną uczelnią związane są dwie instytucje wydawnicze. Im bardziej jasna i przejrzysta jest struktura podmiotów produkcji i dystrybucji, tym lepsze wyniki sprzedaży można osiągnąć. Zapewne ta skomplikowana sytuacja ma swoje ważne uzasadnienie, jeśli weźmiemy pod uwagę aspekt kulturotwórczy. Natomiast pod względem finansowym lepiej jest, gdy rynkiem rządzą określone prawa komunikacyjne i merkantylne.

Interesującym przykładem sprzedaży on-line jest witryna Wydawnictwa Benedyktynów Tyniec<sup>40</sup>. Proponują oni niezwykle bogatą ofertę, w której znajdujemy publikacje z zakresu biblistyki, duchowości, homiletyki, liturgii, mistyki, modlitwy, monastycyzmu, psychologii i publicystyki religijnej, sztuki, muzyki oraz poezje, śpiewniki, książki z płytą CD i multimedia.

Franciszkańskie Wydawnictwo św. Antoniego<sup>41</sup> zamieszcza na swojej stronie internetowej pełną ofertę tytułową obejmującą literaturę franciszkańską, homiletyczną, popularnonaukową i duchową.

Powyżej przytoczono jedynie kilka przykładów sprzedaży prowadzonej bezpośrednio przez oficyny na swoich witrynach internetowych. Wybrano możliwie charakterystyczne sposoby komunikacji handlowej wydawców z klientami. Warto jeszcze przyrzeć się samej prezentacji tytułów w poszczególnych księgarniach. Porównanie obejmuje wirtualne sklepy następujących wydawców: WAM, Wydawnictwo KUL i Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec.

E-księgarnię WAM charakteryzuje duża przejrzystość i czytelny interfejs w układzie trzykolumnowym. Menu górne zawiera podział na: książki, ebooki, płyty CD, pliki MP3, filmy DVD. Lewa kolumna mieści to samo, co menu, w prawej zaś znajduje się wyszukiwarka, małe banery reklamowe, hity miesiąca i możliwość przejścia do koszyka zakupów. W kolumnie centralnej pojawia się to, co aktualnie wybraliśmy z pośród menu lub bocznych paneli. Księgarnię WAM wyróżniają opcje prezentacji tytułu, które uaktywniają się w prawej kolumnie i pozwalają nam kartkować książkę na ekranie mo-

---

<sup>40</sup>Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec. Dostępny w Internecie: <http://tyniec.com.pl/>. [Data dostępu: 26.05.2014].

<sup>41</sup>Franciszkańskie Wydawnictwo św. Antoniego z Wrocławia zostało reaktywowane w roku 1991, jego korzenie sięgają roku 1922.

nitora lub wyświetlić fragment książki i spis treści w formacie PDF.

Księgarnia internetowa Wydawnictwa KUL również została zaprojektowana w układzie trzykolumnowym. U góry znajduje się baner reklamowy. Lewy panel zawiera wyszukiwarę, okładkę aktualnie promowanej nowości i ofertę podzieloną na kategorie. Po wyborze lub wyszukaniu tytułu w centralnej kolumnie pojawia się opis książki zazwyczaj wraz ze spisem treści. Prawy panel zawiera odnośniki do koszyka zakupów, konta w księgarni, informacje płatności PAYu.

Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec. W nagłówku strony znajduje się chmura z kategoriami oraz wyszukiwarka. Układ dwukolumnowy: lewy panel jest szerszy i to w nim pojawia się wybrany tytuł wraz opisem i dołączonym plikiem z fragmentem książki, w prawym znajduje koszyk i baner reklamowy.

Wszystkie trzy wybrane księgarnie mają czytelny interfejs i pozwalają sprawnie znaleźć interesujące informacje. Jednak z punktu widzenia czytelnika najbardziej przyjazna jest witryna sklepu Wydawnictwa WAM. Decyduje o tym fakt, że odbiorca może zajrzeć do środka wybranej pozycji, poznać typografię, przyjrzeć się ilustracjom i przeczytać fragmenty treści. Ma nawet wybór pomiędzy wirtualnym kartkowaniem książki a jej wersją PDF. Technologia pozwala na coraz dokładniejsze nawiązanie do rzeczywistości z tradycyjnej księgarni. Wymiary książki umożliwiają poznanie jej wielkość i formatu, widzimy jaka jest w środku, znamy spis treści. Nie możemy jedynie poznać jej fizycznie przez dotyk.

Sieć Internet staje się coraz tańsza, szybsza i ogólnodostępna. Wydawcy docierają do czytelników również za pośrednictwem licznych księgarni internetowych, tak ogólnych – Merlin, Empik.com, jak i specjalistycznych – Gloria24.pl, Mateusz, religijna.pl. Natomiast czytelnicy poszukujący fachowych publikacji szybciej znajdują je w ofercie wirtualnych domów książki, niż w tradycyjnych księgarniach.

Merlin.pl jest najlepiej zorganizowaną oraz największą księgarnią internetową w Polsce, która oficjalnie zaistniała w sieci 1 kwietnia 1999 roku i była inwestycją wydawnictwa Prószyński i S-ka. Ze względu na przyniesione straty, została sprzedana nowym udziałowcom. W 2006 roku firmę przekształcono w spółkę akcyjną, a wśród akcjonariuszy znalazł się współtwórca portalu Onet.pl – Piotr Wilam. W tym samym roku odbyła się bardzo kosztowna kampania promocyjna, która umocniła wizerunek Merlina oraz zachęciła do świątecznych zakupów. Cel osiągnięto – nastąpił bardzo duży wzrost odwiedzin i sprzedaży. Oferta sklepu wykracza poza zwykły asortyment księgarni. Choć Merlin kojarzony jest przede wszystkim jako wirtualny dom książki, prowadzi także sprzedaż płyt z muzyką, multimediiów, filmów, akcesoriów fotograficznych i elektronicznych, zabawek, kosmetyków oraz akcesoriów do uprawiania sportów i według raportu

„E-commerce w Polsce”<sup>42</sup> był najlepiej rozpoznawalnym sklepem internetowym w sieci w 2008 roku. Merlin posiada również cztery tradycyjne księgarnie w Warszawie i jedną w Piasecznie<sup>43</sup>. Można w nich odebrać zlecenia złożone on-line, kupić pozycje dostępne na półkach oraz przejrzeć pełną ofertę na stronach sklepu internetowego, dokonując zamówienia, jeśli książki nie ma na miejscu. Propozycje w dziale księgarskim podzielono na kilkadziesiąt kategorii, z wydzieloną sekcją dla religii, która rozwarstwia się na pięć podkategorii – *Chrześcijaństwo, Inne, Judaizm, Mity, Religie Wschodu*. W katalogu Merlina znajdują się publikacje wielu wydawców książki katolickiej, m.in.: Wydawnictwa Rafael, Wydawnictwa M, „W drodze”, eSPe, Księża Marianów, Edycji Świętego Pawła, Wydawnictwa Święty Wojciech, Wydawnictwa WAM, Towarzystwa Naukowego Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Wydawnictwa Vocatio, Salwator, Jedność, Wydawnictwa św. Stanisława BM, Wydawnictwa Serafin, Wydawnictwa AA, Esprit. Duża aktywność tych wydawnictw oraz bieżąca oferta na stronach najpopularniejszego domu książki w sieci świadczą o silnej współpracy pomiędzy edytorami a Merlinem. Jest to ważny kanał dystrybucji literatury konfesyjnej i wydawcy wydają się mieć ten fakt na uwadze.

Znaczącym konkurentem sklepu Merlin.pl jest Empik.com. Sklep otwarto w sieci pod koniec lat 90-tych. Pod koniec 2001 roku wstrzymał działalność, by ponownie zaistnieć w połowie 2005 roku. Poza książkami empik proponuje inne produkty kultury: prasę, muzykę, film, multimedia, artykuły papiernicze oraz bilety. Książki wydawców katolickich dostępne są w dziale *Nauki humanistyczne* w kategorii *Religie i wyznania*. Ze stron tej drugiej największej księgarni internetowej można zakupić książki takich wydawców, jak: Znak, Wydawnictwo Święty Wojciech, Homini, Wydawnictwo M, Fronda, „W drodze”, Wydawnictwo Księża Marianów, Bernardinum, Biały Kruk, Edycja Świętego Pawła, Polwen, Esprit, WAM i wielu innych. Choć edytorzy konfesyjni uważają współpracę z Empikiem za wymagającą, obserwujemy, że doceniają oni wartość dystrybucji jaką może im zapewnić znana marka na rynku księgarskim.

Gloria24.pl to działająca od kwietnia 2005 roku księgarnia internetowa. Należy do Rafaela i specjalizuje się w książce wydawców katolickich. W przeważającej części przeprowadza publikacje katolickie, a także chrześcijańskie i świeckie – związane z duchowością. Sklep premiuje sprzedaż programem lojalnościowym (za rejestrację i zakupy przyznawane są talenty; 1 talent = 0,10 groszy). Ponadto nabywca w trakcie składania zamówienia otrzymuje propozycję zakupu wybranych tytułów, które zwalniają z kosztów przesyłki. Jest to ciekawa forma sprzedaży sugerowanej. Na początku 2008 roku

---

<sup>42</sup>Raport „E-commerce w Polsce” z dnia 23 lipca 2008 r., przygotowany przez firmę badawczą Gemius SA.

<sup>43</sup>Pierwszy tradycyjny sklep otwarto jesienią 2005 roku.

Gloria24.pl przejęła witrynę internetową Prodoks.pl. Dzięki budowie dodatkowego kanału sprzedaży, w oparciu o popularny katalog wysyłkowy, księgarnia otrzymała szansę na zdobycie statusu największego detalicznego dystrybutora książki religijnej w Polsce. Natomiast nabycie domeny Prodoks.pl umocniło jej pozycję na rynku internetowym<sup>44</sup>.

Zanim pojawiła się Gloria24.pl najbardziej znanym miejscem w sieci, gdzie można było kupić literaturę konfesyjną była Księgarnia Mateusza<sup>45</sup>. Sklep jest wspólną inicjatywą serwisu religijnego Mateusz i firmy informatycznej Logon SA. Chrześcijański serwis [www.mateusz.pl](http://www.mateusz.pl) istnieje od 1996 i był jednym z pierwszych tego typu przedsięwzięć internetowych w Polsce. Księgarnia powstała w 1999 roku. Jej oferta obejmuje produkty zgrupowane w kilku działach: książki, multimedia, dzieci, podręczniki i nowości. Szukając interesującej pozycji, można skorzystać z kilku indeksów: nowości księgarni, indeksu wydawnictw, autorów, wykonawców, płyt kompaktowych, kaset magnetofonowych, płyt CD-ROM, kaset VHS oraz indeksu tytułowego z działu dzieci. Księgarnia Mateusza proponuje swoim klientom niezwykle bogaty wybór produktów bardzo wielu wydawców katolickich i świeckich. Książki i wydawnictwa dźwiękowe są selekcionowane pod względem wartości religijnych. Dzięki pełnej i czytelnej prezentacji każdej pozycji (zdjęcie i opis) oraz praktycznemu układowi kategorii i tematów, zakupy w sklepie są łatwe dla każdego użytkownika. W centralnej części ekranu znajduje się oferta, po lewej stronie wyróżniono tytuły promowane pod hasłem Polecamy, a po prawej - „Biuletyn Księgarni Mateusza” oraz panel Bestsellery. Proces składania zamówienia jest przejrzysty i nieskomplikowany. Najistotniejszy jednak wydaje się fakt szerokiej współpracy Księgarni Mateusza z licznymi wydawcami książki katolickiej oraz oficynami świeckimi, które udostępniają tutaj swoje tytuły związane z chrześcijaństwem.

Popularny katolicki serwis internetowy Opoka prowadzi wirtualną księgarnię<sup>46</sup> we współpracy z witryną Gloria24.pl. Promocją księgarni Opoka zajmuje się Fundacja Opoka, natomiast obsługą, wyborem produktów i kontaktem z klientami – Gloria24.pl. Księgarnia Opoka w swojej ofercie posiada książki, muzykę, filmy i multimedia, sakralia oraz ebooki. Katalog można przeglądać według indeksu autorów, tytułów i kategorii. Ostatni z wymienionych to rozbudowana lista działów tak ze względu na treść, jak i na formę poszukiwanych materiałów.

W sieci istnieje wiele mniejszych sklepów internetowych z księgozbiorem konfesyjnym. Ichtis<sup>47</sup> to także wirtualny dom książki oferujący literaturę katolicką. Firma po-

---

<sup>44</sup> *Gloria24.pl przejęła Prodoks* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/19991/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>45</sup> Księgarnia Mateusza. Dostępny w Internecie: <http://kmt.pl/> [Data dostępu: 15.10.2013].

<sup>46</sup> Księgarnia Opoka. Dostępny w Internecie: <http://ksiegarnia.opoka.org.pl/> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>47</sup> Księgarnia Ichtis. Dostępny w Internecie: <http://ichtis.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

wstała w 2005 roku w Stalowej Woli, jako tradycyjna księgarnia, natomiast w sieci zaistniała nieco później. W sprzedaży znajdują się książki religijne, czasopisma katolickie, filmy religijne, muzyka chrześcijańska, gry i zabawy multimedialne, dewocjonaalia oraz drobne upominki.

Internetowa księgarnia katolicka Sanctus<sup>48</sup> działa od 6 lutego 2008 roku i jest prowadzona przez autorów Portalu Katolickiego Sanctus.pl. Jej oferta obejmuje książki, muzykę i film. Rodzinna Księgarnia Katolicka Catholicus.pl<sup>49</sup> ma w swojej ofercie książki religijne, multimedia i dewocjonaalia. W ramach współpracy z parafiami na terenie Podlasia i Lubelszczyzny organizuje kiermasze książki katolickiej. W Internecie istnieje od 25 kwietnia 2008 roku. Księgarnia Maryja<sup>50</sup> jest rodzinnym przedsięwzięciem prowadzonym w Internecie. Poza książkami sklep prowadzi sprzedaż multimedialnych i dewocjonalistów. Istnieje od 15 czerwca 2009 roku i jest kontynuacją księgarni Catholicus.pl. Księgarnia religijna<sup>51</sup> jest prowadzona przez firmę Gropak, która od 2001 zajmowała się dystrybucją książek różnych wydawnictw, a w roku 2009 skierowała swoją ofertę do określonej grupy klientów indywidualnych. Większość oficyn współpracujących z księgarnią to edytorzy konfesyjny, nie brak również publikacji o tematyce religijnej wydawców świeckich. Księgarnia Przystanek Jezus<sup>52</sup> jest jednoosobową firmą związaną z ogólnopolską inicjatywą ewangelizacyjną skierowaną do ludzi młodych uczestniczących w Przystanku Woodstock. Księgarnia działa od 12 października 2009 roku. Jej oferta obejmuje tytuły wydane m.in. przez Edycję św. Pawła, Espe, Esprit, Homo Dei, Wydawnictwo M, Gaudium, „W drodze”, WAM. Poza książkami znajdują się w niej także audiobooki i płyty z muzyką.

Kolejnym miejscem w sieci gdzie prowadzona jest także sprzedaż literatury konfesyjnej są e-sklepy z szerokim asortymentem sakralno-liturgicznym. Do takich należy Katolicki Sklep Internetowy liturgiczny.pl<sup>53</sup> oferujący dewocjonaalia, figury sakralne, książki, szaty liturgiczne, wyposażenie kościołów i akcesoria liturgiczne. Innym przykładem takiej działalności jest Archidiecezjalna Księgarnia św. Jerzego w Białymstoku

---

<sup>48</sup>Internetowa Księgarnia Katolicka Sanctus. Dostępny w Internecie: <http://sanctus.com.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>49</sup>Rodzinna Księgarnia Katolicka. Dostępny w Internecie: <http://catholicus.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>50</sup>Internetowa Księgarnia Katolicka – „Księgarnia Maryja”. Dostępny w Internecie: <http://ksiegarniamaryja.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>51</sup>Księgarnia Religijna. Dostępny w Internecie: <http://ksiegarniareligijna.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>52</sup>Księgarnia Przystanek Jezus. Dostępny w Internecie: <http://www.przystanekjezus.pl/ksiegarnia> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>53</sup>Katolicki Sklep Internetowy liturgiczny.pl. Dostępny w Internecie: <http://www.liturgiczny.pl/> [Data dostępu: 16.04.2013].

posiadająca również swój e-sklep<sup>54</sup>. Jej asortyment poza książkami obejmuje artykuły biurowe, liturgiczne, biżuterię, dewocjonaia, multimedia, sprzęt i szaty liturgiczne, wina mszalne, produkty ziołowe. Księgarnia prosperuje wirtualnie od lipca 2009 roku.

W przestrzeń internetowych domów książki katolickiej wpisują się także księgarnie prowadzone przez poszczególnych wydawców, ale poza swoją ofertą proponujące publikacje innych edytorów z branży. Najpopularniejsze z nich to: Księgarnia moje książki<sup>55</sup> należąca do Drukarni i Księgarni Św. Wojciecha, Księgarnia Katolicka<sup>56</sup>, której właścicielem jest Wydawnictwo M, księgarnia religijna.pl<sup>57</sup> należąca do krakowskiego Wydawnictwa AA. Ostatnia z wymienionych prezentuje m.in. elektroniczną wersję Katalogu Książki Katolickiej.

Bardzo interesującym zjawiskiem na rynku książki są instytucje o strukturze hybrydowej, prowadzące działalność wydawniczą i promocyjną oraz odpowiedzialne za dystrybucję. Powstała w 1995 roku Fundacja „Nasz Przyszłość”<sup>58</sup> to oficyna wydawnicza, która współpracuje z Radiem Maryja i instytucjami towarzyszącymi. Wydaje książki, płyty CD i DVD, Kalendarz Rodziny Radia Maryja i miesięcznik „W Naszej Rodzinie”<sup>59</sup>. Od 2001 r. Fundacja prowadzi wysyłkową dystrybucję książek za pośrednictwem drukowanego katalogu Splendor oraz księgarnię internetową<sup>60</sup>. Ponadto w siedzibie oddziału fundacji w Szczecinku działa księgarnia stacjonarna. Do wydawnictw hybrydowych można zaliczyć także prywatną oficynę Emmanuel z Katowic<sup>61</sup>. Istnieje ona na rynku od 1994 roku i poza szeroką działalnością wydawniczą prowadzi również hurtownię książek katolickich i sklep internetowy. Zakupy w hurtowni można robić w samoobsługowym lokalu w Katowicach – Szopienicach lub poprzez witrynę sklepu on-line. Obie instytucje są zaangażowane w dodatkowe projekty. Fundacja prowadzi Prywatne Liceum Ogólnokształcące i Gimnazjum w Szczecinku, a Wydawnictwo Emmanuel jest włączone w działalność Wspólnoty Emmanuel. Wydawnictwa hybrydowe to instytucje kształtujące kulturę czytelnictwa i tworzące własny autonomiczny system obiegu publikacji. Ich działalność wykracza poza tradycyjne prace edytorskie związane z produkcją

---

<sup>54</sup>Archidiecezjalna Księgarnia św. Jerzego w Białymstoku: Sklep internetowy. Dostępny w Internecie: <http://www.ksiegarnia-katolicka.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>55</sup>Moje Książki: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://mojeksiazki.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>56</sup>Księgarnia Katolicka. Dostępny w Internecie: <http://www.ksiegarniakatolicka.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>57</sup>Księgarnia religijna.pl. Dostępny w Internecie: <http://www.religijna.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].

<sup>58</sup>Fundacja „Nasza Przyszłość”. Dostępny w Internecie: <http://www.fnp.pl/> [Data dostępu: 19.02.2014].

<sup>59</sup>Od roku 2010; w latach 1997-2009 „Rodzina Radia Maryja”.

<sup>60</sup>Księgarnia internetowa Fundacji „Nasza Przyszłość”. Dostępny w Internecie: <http://www.splendor24.pl/> [Data dostępu: 19.02.2014].

<sup>61</sup>Emmanuel. Dostępny w Internecie: <http://emmanuel.pl/> [Data dostępu: 16.04.2013].

książek.

Popularnym miejscem w sieci, gdzie wiele osób lubi robić zakupy jest serwis aukcyjny Allegro. Nie brak w nim również książek wydawców katolickich. W ramach aukcji internetowych wystawia tam swoją ofertę krakowska Rhema<sup>62</sup>. Oprócz książek można kupić kasety video, płyty DVD i płyty kompaktowe. Rhema prowadzi sprzedaż książek za pośrednictwem aukcji internetowych od października 2006 roku.

Oferta wydawców konfesyjnych jest bogata ze względu na wielość oficyn, ale jak wynika z podanych wyżej przykładów, współcześnie nie brakuje licznych i różnorodnych możliwości zakupu. O wybrany tytuł można pytać w księgarniach katolickich, kioskach parafialnych, księgarniach ogólnosortymentowych oraz w podmiotach prowadzących sprzedaż elektroniczną. Można zatem szukać wybranych tytułów na stronach danego wydawcy, jeśli wiemy czyim nakładem się ukazały. Liczne sklepy internetowe pozwolą nam wyszukać pozycję bez względu na to jak fragmentaryczne informacje o niej posiadamy. Co najważniejsze, jakość obsługi, sprawność przeprowadzonej transakcji, czas i podejście do klienta znajdują się na bardzo wysokim poziomie.

---

<sup>62</sup>Allegro: Księgarnia Rhema. Dostępny w Internecie: [http://allegro.pl/sklep/5992723\\_rhema](http://allegro.pl/sklep/5992723_rhema). [Data dostępu: 16.04.2013].

### 4.3 Imprezy i projekty poświęcone książce katolickiej

Przedsięwzięcia poświęcone książce wydawców katolickich obejmują ten sam wachlarz projektów, który dotyczy całego rynku: targi, spotkania autorskie, nagrody, listy best-sellerów, wystawy, konferencje. Ze względu na odrębnego adresata – czytelnika zainteresowanego literaturą konfesyjną, wydawcy mogą wybierać dodatkowo spośród formuł specyficznych dla oficyn religijnych. Oznacza to, że promują swoją ofertę wydawniczą podczas ogólnych targów książki w całym kraju, a ponadto podczas targów i kiermaszy dedykowanych literaturze konfesyjnej. Ich publikacje figurują na ogólnopolskich listach bestsellerów oraz w rankingach katolickich księgarni czy portali internetowych. Mnogość form stwarza możliwość wyboru takich narzędzi, które są dla nich dogodne ze względów finansowych i organizacyjnych. Dużo zależy więc nie tylko od samego budżetu przeznaczonego na promocję, ale od kreatywności pracowników wydawnictwa.

#### 4.3.1 Targi i kiermasze

Targi są taką formą promocji, która pozwala dostrzec książkę i bezpośrednio z nią obcować. Wystawcy mają możliwość zbadania rynku, poznania konkurencji i klientów oraz szansę łączności z mediami. Uczestnicy zyskują okazję bliskiego i szerokiego kontaktu z produktem, zapoznanie się z ofertą poszczególnych edytorów oraz dokonania zakupów po obniżonych, targowych cenach. Dla nich też przygotowany jest bogaty program imprez towarzyszących: obecność zaproszonych przez oficyny twórców, premiery książkowe oraz wręczenia nagród. Jednakże, aby targi przyniosły zysk i zgromadziły dużą liczbę czytelników, to organizatorzy i wystawcy muszą zadbać o właściwą oprawę medialną<sup>63</sup>.

Dobra impreza wystawiennicza powinna charakteryzować się sprawną organizacją, utrzymaniem wysokiego poziomu i posiadanej rangi, wysoką frekwencją odwiedzających, a dodatkowo prezentacją nowinek związanych z branżą. Wystawiennictwo to rodzaj marketingu bezpośredniego. Jego celem jest przede wszystkim kontakt z klientem i analiza preferencji czytelniczych. Niemniej istotna jest promocja oferty, zapowiedź najbliższych planów i rozpoznanie konkurencji. Do pozostałych dążeń zaliczamy kontakty handlowe i towarzyskie z dystrybutorami, mediami, dostawcami i innymi przedstawicielami branży (drukarnie, autorzy, tłumacze, agenci literaccy). O udziale w targach

---

<sup>63</sup>M. KRZYWICKA: *W poszukiwaniu czytelnika. Targi książki, kiermasze i jarmarki jako forma promocji literatury*. W: *Dokąd zmierzamy? Książka i jej czytelnik*. Red. R. GAZIŃSKI. Szczecin 2008, s.85.



powinny decydować te czynniki, które są dla wydawcy najważniejsze, a więc, promowanie nowości, czy zapowiedzi wydawnicze, oferta wybranych tytułów lub autora, czy jak najszersza oferta. A może chodzi głównie o budowanie wizerunku firmy? Powyższe niuanse powinny mieć decydujący wpływ na wybór wynajętej powierzchni, sposób zabudowy, dobór oferty i sposób ekspozycji<sup>64</sup>. Ważne jest także, aby obsada stoiska była kompetentnie przygotowana. Przykład: podczas XVI Targów Wydawców Katolickich na stoisku Wydawnictwa Znak wszelkich szczegółowych informacji udzielał personel z Redakcji Literatury Religijnej i Filozoficznej, co świadczy o profesjonalnym podejściu oficyny do konsumenta. Targi są bardzo dobrym miejscem do przeprowadzenia różnych akcji promocyjnych, o długotrwałym charakterze oddziaływania, co powinno zaowocować zbudowaniem trwałej więzi z klientem. Wykorzystuje się w tym celu tradycyjne materiały promocyjne, będące najlepszym kanałem przekazywania ważnych informacji dużej liczbie osób: ulotki, katalogi, cenniki, broszury itp. Kolejną grupę stanowią produkty promocyjne, ważne jest jednak, aby obdarowany czytelnik wiedział, na którym stoisku otrzymał prezent oraz aby istniało jakieś powiązanie pomiędzy upominkiem a oficyną<sup>65</sup>.

Imprezy wystawiennicze skupiają dużą grupę odbiorców potencjalnie zainteresowanych produktami, dlatego też w sposób oczywisty sprzyjają gromadzeniu informacji o konkurencji i o własnym wizerunku. Można w ich trakcie przeprowadzać sondaże i ankiety w celu badania rynku, preferencji czytelniczych czy zachowań konsumenckich.

Targi to także okazja dla pracowników oficyn do wzięcia udziału w spotkaniach branżowych, seminariach i dyskusjach, gdzie organizatorzy zapraszają ekspertów i fachowców. Podczas szkoleń i konferencji można dowiedzieć się o najnowszych tendencjach, prognozach i kierunkach rozwoju branży.

Odrębny temat stanowi wykorzystanie targów w celach public relations<sup>66</sup>. Najważniejsza jest osoba odpowiadająca za kontakty z mediami. Może to być PR-owiec, a jeśli w niewielkich firmach nie ma takiego stanowiska, należy odpowiednio przygotować pracownika obecnego podczas targów. Dobrze, jeśli jest to ktoś z działu promocji lub doświadczony redaktor. Do zadań takiej osoby należą: wystąpienia przed kamerą i mikrofonem, zwięzłe opowiadanie o firmie, bestsellerach, nowościach wydawniczych, celu uczestnictwa w targach.

Stoisko oficyny jest podczas imprez wystawienniczych zarazem siedzibą firmy, jak i jej witryną internetową. Powinno być funkcjonalne, zwracać uwagę gości swoim wyglą-

---

<sup>64</sup>Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Przed sezonem targowym. Do poczytania*. „Biblioteka Analiz” 2007, nr 1, s. 22.

<sup>65</sup>B. SISKIND: *Marketing wystawienniczy*. Kraków 2006, s. 123-132.

<sup>66</sup>K. FROŁOW: *Udział w targach – rzecz pomijana. Kurs public relations – cz. 16*. „Biblioteka Analiz” 2007, nr 1, s. 23.

dem zgodnym ze specyfiką przedsiębiorstwa. Barry Siskind zwraca uwagę na następujące elementy składające się na odbiór przestrzeni wystawienniczej u zwiedzających: kolorystyka, oświetlenie, oznakowanie i oprawa graficzna, nowoczesne technologie<sup>67</sup>. Warto, aby te elementy współgrały ze sobą i były spójne z systemem identyfikacji wizualnej wydawnictwa.

Na początku każdego roku kalendarzowego oficyny podejmują decyzję o tym, w których spotkaniach targowych chcą uczestniczyć, biorąc pod uwagę nie tylko względy organizacyjne, ale i wysokość funduszy czy szanse na realne korzyści. Przy wyborze targów niespecjalistycznych pomaga stopień popularności danej wystawy, o czym decyduje ranga i ciągłość (stały termin) imprezy<sup>68</sup>. Dla wydawców literatury konfesyjnej ważne są spotkania o charakterze ogólnopolskim – Międzynarodowe Targi Książki, Targi Książki w Krakowie, oraz branżowe – Targi Wydawców Katolickich, Kiermasz Książki Katolickiej w Katowicach, Kiermasz Książki Katolickiej w Lublinie, Targi SakroExpo w Kielcach. Dodatkowo wydawcy książki katolickiej związani z instytucjami naukowymi będą zainteresowani Wrocławskimi Targami Książki Naukowej i Targami Książki Akademickiej i Naukowej ACADEMIA, a oficyny z szeroką ofertą katechetyczną – licznymi targami edukacyjnymi, które odbywają się m.in. w Warszawie (Targi Książki Edukacyjnej EDUKACJA), Poznaniu, Kielcach, Łodzi, Krakowie. Natomiast wydawnictwa katolickie specjalizujące się w literaturze dziecięcej oraz posiadające szeroką propozycję dla małych czytelników mają możliwość wzięcia udziału w Targach Książki dla Dzieci<sup>69</sup>. Impreza odbywa się w Krakowie na początku czerwca. Spośród oficyn religijnych można na niej spotkać, m.in. Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, Jedność, WAM, Znak, Wydawnictwo Święty Wojciech.

Targi Wydawców Katolickich (TWK)<sup>70</sup> to największe spotkania targowe poświęcone książce katolickiej w Polsce i jedyne takie w Europie. Po raz pierwszy odbyły się w 1995 roku, a za ich inspiratora uważa się dyrektora Wydawnictwa WAM – ojca Henryka Pietrasa. Organizację pierwszej edycji wzięli na siebie przedstawiciele Wydawnictwa M i WAM z Krakowa oraz Oficyna Księży Marianów z Warszawy. Owocem pierwszych TWK było późniejsze powstanie Stowarzyszenia Wydawców Katolickich, które jest głównym organizatorem imprezy od 1997 roku. Za współorganizację do roku 2008, odpowiadało Wydawnictwo Księży Marianów MIC, przez wzgląd na osobę ówczesnego

---

<sup>67</sup>B. SISKIND: *Marketing wystawienniczy...*, s. 83-95.

<sup>68</sup>M. KRZYWICKA: *W poszukiwaniu czytelnika...*, s. 82. (79-88 cały art.)

<sup>69</sup>Targi Książki dla Dzieci po raz pierwszy odbyły się w Krakowie w 2011 roku.

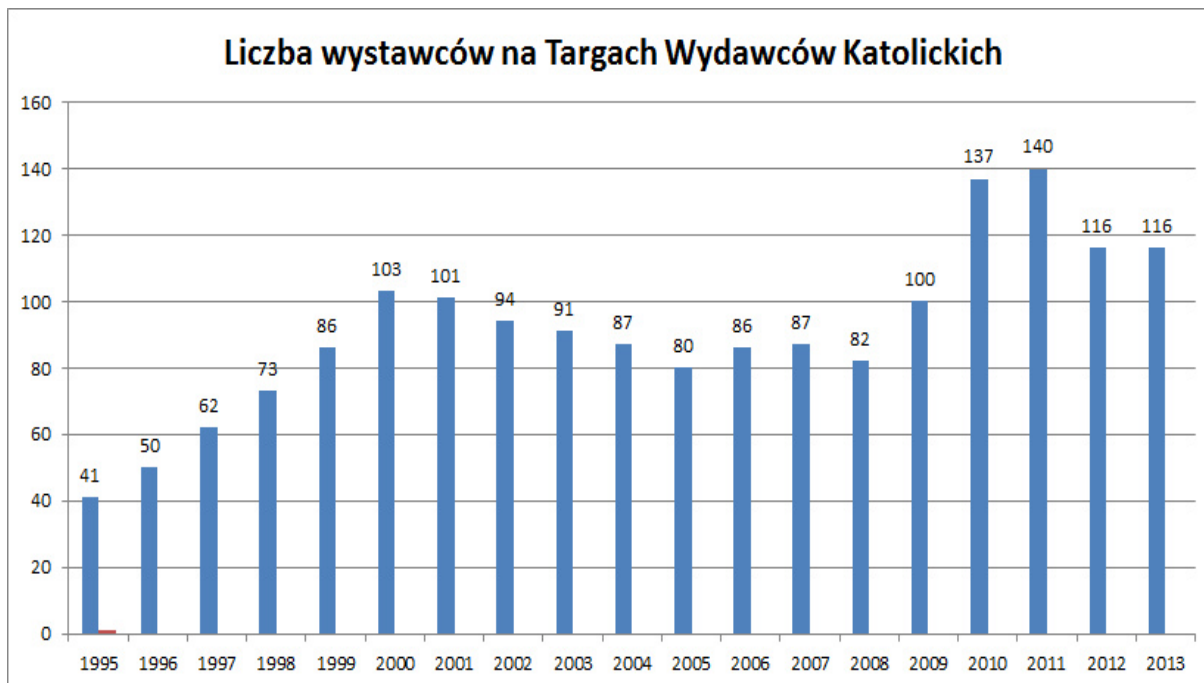
<sup>70</sup>Na podstawie: J. FROŁOW: *Raport o książce katolickiej*. Warszawa 2001, s. 77-81; *XVI Targi Wydawców Katolickich. Katalog targowy*. Warszawa 7-9 maja 2010 r., s. 7-17; P. WASZCZYK: *Nowe miejsce, nowa szansa*. „Biblioteka Analiz” 2010, nr 7, s. 1.

prezesa Stowarzyszenia i dyrektora Targów – księdza Marka Otolskiego. W 2009 roku oba kierownictwa objął ksiądz Roman Szpakowski SBD z Wydawnictwa Salezjańskiego.

Pierwszym miejscem odbywania się targów były dolne sale kościoła pod wezwaniem Najświętszej Maryi Panny Matki Miłosierdzia przy ul. Św. Bonifacego w Warszawie, ale wraz ze wzrostem liczby chętnych wystawców przeniesiono je do sali gimnastycznej Zespołu Szkół Integracyjnych nr 62 na warszawskich Stegnach. Od 2010 roku targi są organizowane w Zamku Królewskim na terenie Arkad Kubickiego.

Od samego początku w imprezie wystawienniczej uczestniczy londyńska oficyna „Veritas”, natomiast od 1999 roku na targi zapraszani są goście honorowi z różnych stron Europy m.in.: Wydawnictwo o. Franciszkanów z Moskwy (2003), Stowarzyszenie Wydawców i Księgarzy Katolickich z Włoch (2005), Librairie La Procure z Francji (2006), Wydawnictwo ZORO z Bośni i Hercegowiny (2008), Wydawnictwo Elledici z Turynu (2010), Wydawnictwo Edebe z Hiszpanii (2011). Warto również podkreślić starania organizatorów o ekumeniczny wymiar spotkań targowych. Obecny prezes Stowarzyszenia Wydawców Katolickich rozważa poszerzenie formuły imprezy o oficyny prawosławne i ewangelickie. Ponieważ polska inicjatywa to jedyne Targi Wydawców Katolickich w Europie, należy upatrywać się w tych dążeniach dużego potencjału i szans rozwoju w przyszłości.

Wykres 4 przedstawia udział najbardziej aktywnych podmiotów tego rynku w warszawskiej imprezie wystawienniczej. Do tej pory najwięcej oficyn – 140, wzięło udział w XVII edycji targów. Obserwujemy, że na przestrzeni 19 lat, ich liczba stopniowo uległa potrojeniu względem pierwszej edycji.

**Wykres 4.** Liczba wystawców podczas Targów Wydawców Katolickich w Warszawie w latach 1995-2013

**Źródło:** Opracowanie własne.

Święto Książki Katolickiej w Warszawie odbywa się pod patronatem Prymasa Polski. Zwyczajowo na kilka dni przed rozpoczęciem imprezy organizowana jest konferencja prasowa. W ostatnich latach odbywała się ona w siedzibie Episkopatu Polski, natomiast od XVI edycji poprzedza ją spotkanie z dziennikarzami zaaranżowane w Zamku Królewskim w Arkadach Kubickiego, gdzie m.in. ogłasza się laureatów nagrody Mały FENIKS<sup>71</sup>. Poza spełnianiem celów ewangelizacyjnych edytorzy prezentują swój dorobek wydawniczy oraz rozwijają współpracę i wzajemnie się integrują. Oferta targowa obejmuje wszelkiego rodzaju nośniki medialne: tysiące tytułów dla dorosłych i dla dzieci, plakaty, czasopisma, publikacje elektroniczne i multimedialne, kasety audio i wideo, gry planszowe i in.

W promocyjno-informacyjny charakter spotkań targowych wpisują się: panele dyskusyjne, wystawy, konferencje prasowe, koncerty, spotkania autorskie, promocje książek, pokazy filmów dokumentalnych i fabularnych. Wśród gości oficyn byli m.in. abp Paul Joseph Cordes (przewodniczący Papieskiej Rady „Cor Unum”), Prymas Polski kardynał

<sup>71</sup>Wyróżnienie przyznawane dziennikarzom popularyzującym książkę katolicką w mediach; więcej informacji w dalszej części pracy.

Józef Glemp (obecny Prymas Senior), bp Tadeusz Pieronek (rektor Papieskiego Uniwersytetu Jana Pawła II w Krakowie, w latach 1998-2004), o. Adam Szulc (rzecznik Episkopatu Polski), abp Józef Życiński, o. Jan Góra, Peter Raina, o. Leon Knabit, ks. Jan Twardowski, ks. Mieczysław Maliński, Ewa Stadtmüller, ks. Krzysztof Wons, Tomasz Terlikowski, Jan Grzegorzczak, ks. Jerzy Szymik, ks. prof. Jan Górski, Adam Bujak, Ernest Bryll. W działania promocyjne wpisują się także konkursy: od roku 1997 podczas Targów Wydawców Katolickich ogłaszane były wyniki konkursu na Książkę Katolicką Roku, natomiast od 1998 przyznawana jest Nagroda Wydawców Katolickich FENIKS<sup>72</sup>.

Targi branżowe, do jakich należy impreza wystawiennicza oficyn katolickich, gromadzą osoby szczególnie zainteresowane książką i kulturą duchową. Pozwalają zaznajomić się z bieżącymi trendami oraz kierunkami rozwoju tego sektora rynku książki, wymieniać doświadczenia i zrealizować korzystne zakupy. Na stronie internetowej Stowarzyszenia Wydawców Katolickich znajdują się szczegółowe dane obejmujące informacje dla wystawców i dla odwiedzających oraz archiwum poprzednich edycji.

Medialnie Targi Wydawców Katolickich cieszą się wsparciem Katolickiej Agencji Informacyjnej, która przez wszystkie dni ich trwania informuje prywatne i publiczne środki masowego przekazu o wydarzeniach z targowych spotkań.

Organizatorzy i wystawcy dbają o bogaty program, który towarzyszy spotkaniom wystawienniczym. Nie omijają przy tym trudnych tematów, realizowanych zazwyczaj w ramach dyskusji panelowych czy podczas promocji danego tytułu, np.: „Kościół a polityka, autonomia i dialog”, „Religia na maturze”, „Kim są autorytety współczesnych Polaków?”, „Dlaczego nie *in vitro*?”. Odbywają się też spotkania – szkolenia skierowane do samych wydawców: „Podatkowe aspekty obrotu prawami autorskimi”, „Recepta na bestseller. Jak promować książkę katolicką”. Dyskusja poświęcona promocji odbyła się podczas XII Targów Wydawców Katolickich. Uczestniczyli w niej dr Andrzej Rostocki (m.in. „Rzeczpospolita”, „Notes Wydawniczy” i „Tygodnik Powszechny”), Krzysztof Gutowski (Plagiat.pl, b. szef księgarni Empik-Ściana Wschodnia, b. dyrektor handlowy kilku wydawnictw) i ks. Krystian Kukowka (dyrektor Księgarni św. Jacka w latach 2001-2013). Spotkanie prowadził Krzysztof Jaśkiewicz z „Notesu Wydawniczego”. Podczas rozmowy Andrzej Rostocki przekonywał o konieczności promocji wśród katolickich wydawców i o tym, że reklama może przynosić bardzo dobre efekty, jako przykład podając m.in. religijną część oferty ZNAKu<sup>73</sup>.

---

<sup>72</sup>Nagrody przyznawane książkom katolickim zostaną omówione w następnym podrozdziale.

<sup>73</sup>Podsumowanie XII Targów Wydawców Katolickich 21-23 kwietnia 2006 - komunikat organizatorów. Dostępny w Internecie: <http://www.książka.net.pl/?id=archiwum09&uid=7087> [Data dostępu: 24.02.2014].

Przeniesienie wystawy na Stare Miasto zaowocowało zdobyciem nowych klientów, co przełożyło się na znaczny wzrost frekwencji odwiedzających, a współpraca z Zamkiem Królewskim poskutkowała podpisaniem umowy na organizację imprezy w najbliższych latach. Zmiana miejsca wystawy podniosła także prestiż przedsięwzięcia. Sukces, jaki odniosły cztery ostatnie edycje, wskazuje na rozwój w tym sektorze oraz ugruntowuje znaczenie literatury konfesyjnej w systemie książki.

Spotkania z książką katolicką w formie kiermaszu organizowane są przez Stowarzyszenie Wydawców Katolickich i odpowiednio Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II w Lublinie oraz Księgarnię św. Jacka w Katowicach. Impreza lubelska po raz pierwszy odbyła się w listopadzie 1998 roku i jest organizowana cyklicznie, co roku późną jesienią. W ostatnich latach w wystawie brało udział blisko 40 wystawców z całego kraju. Niestety brakuje kompletnego archiwum tych spotkań<sup>74</sup>.

#### Zdjęcie 1. Plakat informujący o XIII Kiermaszu Wydawców Katolickich



**Źródło:** Stowarzyszenie Wydawców Katolickich. Dostępny w Internecie: <http://swk.pl/kiermasze/lublin-2010>. [Data dostępu: 16.04.2013].

Kiermasz katowicki<sup>75</sup> jest organizowany w gmachu Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Od samego początku został objęty patronatem honorowym Metropolity Katowickiego, Prezydenta Miasta Katowice i Wojewody Śląskiego. Impreza ma na celu prezentację oferty edytorów biorących w niej udział, promocje nowości, spotkania z autorami i dyskusje panelowe. Od IV edycji Kiermasz odbywa

---

<sup>74</sup>Od roku 2010 informacje są archiwizowane na stronie Stowarzyszenia Wydawców Katolickich.

<sup>75</sup>B. WARZAŃCHOWSKA: *Wystawy kiermasze, książki - książki do nas czy my do książek*. „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 2004, nr 1/2, s. 90-92; A. MUC: *V kiermasz wydawców katolickich. Katowice 29-30 maja 2009 roku*. „Bibliotheca Nostra” 2009, nr 2, s. 122-124; A. MUC: *Majowe święto Książki*. „Gazeta Uniwersytecka” (Katowice) 2011, nr 9, s. 22-23.

się w ramach Metropolitalnego Święta Rodziny<sup>76</sup>, wstęp jest bezpłatny dla wszystkich uczestników. Ulotki są rozdawane, na kilka dni przed imprezą, w tramwajach i autobusach aglomeracji katowickiej oraz w sklepach Księgarni św. Jacka. VII edycja została zorganizowana pod hasłem „Katowicki Ogród Literacki” w związku ze staraniem się Miasta Katowice o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016 pod hasłem „Katowice Miasto Ogrodów”.

Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że materiały o kiermaszu są profesjonalnie przygotowane, a witryna Księgarni św. Jacka udostępnia specjalne podstrony<sup>77</sup> poświęcone wszystkim edycjom. Poniżej (Tabela 14) znajduje się zestawienia danych o poszczególnych edycjach imprezy:

**Tabela 14.** Podstawowe dane o Kiermaszu Wydawców Katolickich w Katowicach (2005-2013)

Rok	Liczba wystawców	Data	Miejsce	uwagi
2005	38	3-4.06.2005	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	
2006	23	2-3.06.2006	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	
2007	22	31.05-2.06.2007	„Spodek” w Katowicach	W ramach Międzynarodowych Targów Książki w Katowicach
2008	19	3.05-1.06.2008	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	Włączony w Metropolitalne Święto Rodziny
2009	22	29-30.05.2009	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	Włączony w Metropolitalne Święto Rodziny
2010	24	28-29.05.2010	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	Włączony w Metropolitalne Święto Rodziny
2011	26	27-28.05.2011	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	Włączony w Metropolitalne Święto Rodziny
2012	23	1-2.06.2012	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	Włączony w Metropolitalne Święto Rodziny
2013	21	24-25.05.2013	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Śląskiego	Włączony w Metropolitalne Święto Rodziny

**Źródło:** Opracowanie własne.

Nieco inną imprezą wystawienniczą są Targi SacroExpo w Kielcach. Jest to Międzynarodowa Wystawa Budownictwa i Wyposażenia Kościołów, Sztuki Sakralnej i Dewocjonaliów odbywająca się w Kielcach od 2000 roku. Wśród firm biorących udział w SacroExpo znajdują się także wydawnictwa religijne. Broszura reklamowa targów wymienia szczegółowo literaturę religijną, wydawnictwa katechetyczne, wydawnictwa naukowe z zakresu teologii, filozofii, prawa, wydawnictwa liturgiczne, homiletykę i prasę religijną. Podczas kolejnych edycji w wystawie wzięły udział m.in. następujące oficyny:

<sup>76</sup>Metropolitalnego Święta Rodziny – zostało zainspirowane Światowym Kongresem Rodzin (Warszawa, 2007 rok), pomysłodawcą i koordynatorem tego przedsięwzięcia była Małgorzata Mańka-Szulik, ówczesna prezydent Zabrze; Metropolitalne Święto Rodziny. Dostępny w Internecie: <http://www.swieto-rodziny.pl>. [Data dostępu: 22.04.2013].

<sup>77</sup>Kiermasz Książki Katolickiej w Katowicach. Dostępny w Internecie: <http://www.kiermasz.ksj.pl/> [Data dostępu: 22.04.2013].

Apostolicum, Edycja Świętego Pawła, Gość Niedzielny, Księgarnia św. Jacka, Niedziela, Promic Wydawnictwo Księży Marianów, Stowarzyszenie Wydawców Katolickich, Wydawnictwo AA, Bernardinum, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, Jedność, Wydawnictwo Księży Sercanów, Wydawnictwo M, Wydawnictwo Ojców Franciszkanów Niepokalanów, Wydawnictwo św. Stanisława BM, „W drodze”, Espe.

Na przestrzeni ostatnich lat wydawcy konfesyjni podjęli próbę zorganizowania imprezy wystawienniczej w Krakowie, na wzór warszawskich Targów Wydawców Katolickich. Taką inicjatywą były i Krakowskie Targi Książki Katolickiej AD VERBUM<sup>78</sup>, które odbyły się pod koniec maja 2007 roku. Wzięło w nich udział ponad 50 firm, głównie oficyny literatury konfesyjnej, ale także biura pielgrzymkowe i przedsiębiorstwa z branży dewocjonaliów. Kuratorem imprezy był Cezary Sękalski – redaktor naczelny Wydawnictwa Serafin. Wzorem warszawskich spotkań zaproszono gościa honorowego – sanktuarium w San Giovanni Rotondo, które zorganizowało 120. rocznicę urodzin św. Ojca Pio. Wśród zaproszonych autorów byli m.in. Szymon Hołownia, Halina Kwiatkowska (koleżanka z lat szkolnych Karola Wojtyły), misjonarz z Afryki o. Robert Wieczorek oraz ks. Tadeusz Isakowicz-Zaleski. Pomimo bogatej oferty spotkań targowych, impreza nie odniosła sukcesu i do tej pory nie doczekała się ponownej edycji<sup>79</sup>. Przyczyną była słaba promocja, a jej konsekwencją niewielkie zainteresowanie odwiedzających. Wadą targów okazał się także ich termin. Miesiąc maj w Krakowie obfituje w liczne wydarzenia o charakterze kulturalnym, odbywają się też, w tym czasie, imprezy targowe w innych miejscach Polski.

Książka wydawców katolickich jest obecna także podczas ogólnopolskich targów książki, które na stałe wpisały się w kalendarz wystawienniczy polskich edytorów. Do największych należały Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie, odbywające się od 1956 roku. I i II edycja została zorganizowana w ramach Międzynarodowych Targów Poznańskich. Dwa lata później imprezę przeniesiono do Pałacu Kultury i Nauki w stolicy<sup>80</sup>. Wydawcy książki katolickiej licznie brali udział w Międzynarodowych Targach Książki ponieważ była to jedyna impreza o charakterze międzynarodowym, z dobrą prasą ogólnopolską, wysoką frekwencją uczestników, aktywnym udziałem twórców i dobrą lokalizacją w samym centrum Warszawy<sup>81</sup>. Wokół Międzynarodowych Targów Książki

---

<sup>78</sup>MD: *Rozpoczęły się I Krakowskie Targi Książki Katolickiej*. eKAI.pl [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://ekai.pl/wydarzenia/x12476/rozpoczely-sie-i-krakowskie-targi-ksiazki-katolickiej> [Data dostępu: 22.04.2013]; MD: *Kraków: zakończyły się I Targi Książki Katolickiej*. eKAI.pl [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://ekai.pl/wydarzenia/x12485/krakow-zakonczyly-sie-i-targi-ksiazki-katolickiej> [Data dostępu: 22.04.2013].

<sup>79</sup>II edycję planowano na 20-22 luty 2009 roku.

<sup>80</sup>K. KAŁETA: *Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie. Historia i teraźniejszość*. Warszawa 2005.

<sup>81</sup>K. FROŁOW: *Targi Książki w Polsce: Analizy, porównania, szacunki... cz 1*. „Biblioteka Analiz” 2005, nr 1,



ciągle toczyły się dyskusje o formułę, zarzucano im nienowoczesność i spadek formy. Jednak nadal była to najbardziej prestiżowa wystawa książek w Polsce, gdyż oprócz krajowych wydawców prezentowano na nich ofertę oficyn z różnych stron świata. W poszczególnych edycjach Międzynarodowych Targów Książki w Warszawie brały udział, m.in. następujące oficyny katolickie: Jedność, Towarzystwo Więż, Wydawnictwo Święty Wojciech, Znak, Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej „Gaudium”, Bernardinum, Wydawnictwo Sióstr Loretanek oraz Stowarzyszenie Wydawców Katolickich. W maju 2010 roku w Warszawie, obok 56. Międzynarodowych Targów Książki, odbyły się I Warszawskie Targi Książki, a rok później odwołano Międzynarodowe Targi Książki. Od tej pory największa polska impreza wystawiennicza o charakterze międzynarodowym to Warszawskie Targi Książki. Wydawcy konfesyjni również mają w niej swój udział.

Kolejną prestiżową wystawą, która cieszy się sporym zainteresowaniem oficyn katolickich, są Targi Książki w Krakowie. Zorganizowano je po raz pierwszy w 1997 roku. Wydawcy książki katolickiej uczestniczą w nich liczniej niż w Międzynarodowych Targach Książki w Warszawie. Dla przykładu w 13. Targach Książki w Krakowie (2009 rok) wzięło udział czterdziestu trzech edytorów religijnych, m.in. Oficyna Wydawniczo-Poligraficzna „Adam”, Bratni Zew, Esprit, Fundacja Instytut Edukacji Społecznej i Religijnej im. ks. Piotra Skargi, gloria24.pl, Homini, Jedność, Towarzystwo Biblijne w Polsce, Wydawnictwo Duszpasterstwa Rolników, Wydawnictwo Karmelitów Bosych, Wydawnictwo KUL, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II, Wydawnictwo Petrus, Wydawnictwo św. Stanisława BM, Znak. Zalety targów to: wysoka statystyka (wystawcy, odwiedzający), bardzo dobra prasa, stabilny organizator (spółka Targi w Krakowie S.A.) i własna nagroda (im. Jana Długosza).

Edytorzy aktywnie uczestniczą w wystawach, prezentują dorobek, zapraszają autorów, włączają się w akcje targowe, organizują promocje i obniżki cen. Z punktu widzenia czytelnika najważniejszy jest fakt komunikacji pomiędzy nim a firmą wydawniczą. W tradycyjnej lub wirtualnej księgarni książka jest najczęściej postrzegana poprzez nazwisko autora, tytuł, zakres tematyczny, a wymienione desygnaty są pomocne podczas poszukiwań publikacji i decyzji o zakupie. Na targach czytelnik uświadamia sobie rzeczywisty związek pomiędzy ofertą a firmą, która ją przygotowała. Poza wymiarem wydarzenia kulturalnego i atrakcyjnej akcji marketingowej, targi posiadają jeszcze aspekt czysto informacyjny, który wzmacnia i utrwała pozycję oficyn katolickich w obiegu książki.

### 4.3.2 Nagrody literackie

W podjęciu decyzji o zakupie książki pomagają czytelnikowi narzędzia, które można podzielić na dwie grupy: 1. przedsięwzięcia reklamowe i promocyjne czynione przez wydawców i pośrednio przez dystrybutorów; 2. instrumenty mające na celu przekazanie czytelnikowi obiektywnej informacji hierarchizującej i oceniającej ofertę: nagrody, listy bestsellerów, publicystyka (recenzje, omówienia, eseje). Nagrody literackie przyznawane są w celu wyróżnienia książki, zwrócenia uwagi na konkretny tytuł, a często sposób wydania. Dotyczy to także tych, które z formalnego punktu widzenia przyznawane są autorowi lub oficynie. Większość nagród wiąże się z gratyfikacją finansową, niektóre mają jedynie charakter symboliczny. Spora część posiada swojego patrona, co jest zaakcentowane w nazwie. Nagrody mogą być: 1. związane z targami książki, tytułami czasopism, programami RTV, 2. powoływane przez stowarzyszenia, instytucje kultury, 3. mieć charakter lokalny, 4. honorować wybraną tematykę lub, 5. kierować się do określonych środowisk. Wyróżnienia przyznawane książkom pełnią funkcję informacyjną dla życia literackiego i rynku, ponadto są potrzebne, bo wiążą się z konkretnym środowiskiem. Niezależne i prestiżowe nagrody pomagają podjąć decyzję, jaki tytuł wybrać, kupić, przeczytać. Analitycy rynku książki oceniają, że w Polsce poza Literacką Nagrodą Nobla i Literacką Nagrodą Nike pozostałe nie mają większego wpływu na popyt. Powodem takiego stanu rzeczy może być względna obojętność środków masowego przekazu, bo sukces i prestiż nagrody literackiej zależą w dużej mierze od oprawy medialnej<sup>82</sup>. Poniżej zostaną omówione wyróżnienia dedykowane wyłącznie książkom wydawców katolickich oraz nagrody o charakterze ogólnym, które przyznano twórcom, oficynom lub literaturze konfesyjnej.

Nagroda Wydawców Katolickich FENIKS<sup>83</sup> to prestiżowe wyróżnienie literackie przyznawane od 1998 roku podczas Targów Wydawców Katolickich w Warszawie. Organizatorem konkursu i fundatorem nagrody jest Stowarzyszenie Wydawców Katolickich. Eliminacje mają na celu „promowanie i wyróżnienie wartościowych publikacji, które traktują o katolicyzmie lub przez swą wymowę pozytywnie ukazują wartości chrześcijańskie”<sup>84</sup>. Nagroda FENIKS przyznawana jest co roku wydawnictwu, które opublikowało

---

<sup>82</sup>L. MERGLER: *Przewodniki po górach książek. Nagrody literackie*. „Biblioteka Analiz” 2005, nr 1, s. 17-18.

<sup>83</sup>Słowo „Feniks” figuruje w nazwie nagrody od 1999 roku.

<sup>84</sup>Regulamin Nagrody Stowarzyszenia Wydawców Katolickich FENIKS 2013 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: [http://swk.pl/wp-content/uploads/2007/02/Feniks\\_regulamin.pdf](http://swk.pl/wp-content/uploads/2007/02/Feniks_regulamin.pdf) [Data dostępu: 17.04.2013].

książkę uznaną za najlepszą w danej kategorii. Nazwa nagrody<sup>85</sup> podkreśla charakter literatury religijnej w Polsce, która odradza się po latach marginalizowania przez system komunistyczny. W danej edycji biorą udział książki opublikowane między 1 stycznia a 31 grudnia poprzedniego roku. Publikacje do konkursu mogą zgłaszać: wydawnictwa, przewodniczący i członkowie jury, inne osoby lub instytucje, które prześlą swoje zgłoszenia w formie pisemnej. Przez kolejne lata kategorie ulegały zmianom. Na przykład w edycji w 2013 roku wyróżniono publikacje nadesłane w następujących kategoriach: literacka, nauki kościelne, edytorstwo, książka dla dzieci, książka dla młodzieży, książka autora zagranicznego, seria wydawnicza (dzieła zebrane), publicystyka religijna, multimedia. Ponadto stowarzyszenie przyznaje: Nagrodę Główną FENIKS, Nagrodę Małego FENIKSA<sup>86</sup> (Zdjęcie 2), Nagrodę Specjalną (2000, 2009-2012), Nagrodę Diamentowy FENIKS (2004- 2006, 2009-2012). Jako nagrody przyznawane są wyróżnienia w postaci dyplomów – dla wyróżnionych w kategoriach; dyplomy i statuetki FENIKSA<sup>87</sup> – dla zwycięzców w kategoriach; dyplom, statuetka FENIKSA i nagroda pieniężna – dla laureata nagrody głównej.

#### Zdjęcie 2. Statuetka FENIKSA



**Źródło:** Stowarzyszenie Wydawców Książki Katolickiej. Dostępny w Internecie: <http://swk.pl/feniks>. [Data dostępu: 18.04.2011].

---

<sup>85</sup>Feniks – ptak w mitologii greckiej, odradzający się z popiołów; symbolizuje śmierć i zmartwychwstanie Chrystusa; Hasło Feniks. J. SEIBERT: *Leksykon sztuki chrześcijańskiej. Tematy, postacie, symbole*. Kielce 2007, s. 101-102.

<sup>86</sup>Nagroda Małego FENIKSA przyznawana jest dziennikarzom i mediom za promowanie książki katolickiej.

<sup>87</sup>Statuetka FENIKSA – zaprojektowana przez Annę Wolską, absolwentkę warszawskiej ASP.

Laureaci Nagrody Głównej FENIKS:

1999 – ks. Jan Twardowski,

2000 – *Biblia w przekładzie księdza Jakuba Wujka z 1599 r.* Transkrypcja typu „B” oryginalnego tekstu z XVI w. i wstępy ks. Janusz Frankowski – Oficyna Wydawnicza VOCATIO,

2001 – prof. Stefan Świeżawski,

2002 – o. prof. Albert Krąpiec OP,

2003 – prof. Irena Sułkowska-Kuraś i prof. Stanisław Kuraś za dzieło *Bullarium Poloniae* – wydanych staraniem Fundacji Jana Pawła II pod patronatem Instytutu Historii Polskiej Akademii Nauk,

2004 – o. Jacek Salij OP,

2005 – ks. bp Kazimierz Romaniuk,

2006 – prof. Anna Świderkówna,

2007 – ks. prof. Marek Starowieyski,

2008 – o. prof. dr hab. Jan Andrzej Kłoczowski OP,

2009 – o. Leon Knabit OSB,

2010 – ks. prof. Michał Heller,

2011 – s. Zofia Józefa Zdybicka USJK,

2012 – ks. prof. dr hab. Józef Kudasiewicz,

2013 – Wanda i Andrzej Póltawscy.

Laureaci Nagrody Specjalnej FENIKS:

2000 – Polski Instytut Historyczny w Rzymie za wydanie licznych tomów *Poloniców z archiwów europejskich i studiów z dziedziny historii*, a szczególnie za wydanie 19 tomów *Nuncjatur*.

2009 – Agencja Wydawnicza a Linea za wybitne dokonanie w dziedzinie edytorstwa w pracy *Ojciec nasz – nasz. Przekłady, parafrazy i inne literackie opracowania Modlitwy Pańskiej*. Rzeczą zebrał i opracował Jan A. Choroszy.

2010 – prof. Mieczysław Tomaszewski, za fundamentalne prace poświęcone życiu i twórczości Fryderyka Chopina; Jego Magnificencja śp. ks. prof. dr hab. Ryszard Rumianek Rektor Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie za całokształt pracy naukowej dotyczącej poszerzania i pogłębiania wiedzy o Piśmie Świętym oraz za szczególny mecenat nad wydawnictwami katolickimi i akademickimi.

2011 – Wydawnictwo M za *Dzieła zebrane Jana Pawła II*; Wydawnictwo Biały Kruk za *Dzieje Wielkiego Pontyfikatu Jana Pawła II*.

TOTUS<sup>88</sup> – jedna z najbardziej prestiżowych nagród w kościele katolickim – przyznawana jest od roku 2000, w przeddzień Dnia Papieskiego przez Fundację Episkopatu Polski „Dzieło Nowego Tysiąclecia”. Otrzymują ją osoby oraz instytucje, których działalność przyczynia się do promowania godności człowieka. Nagrody przyznawane są w czterech kategoriach: Promocja człowieka, praca charytatywna i edukacyjno-wychowawcza (od 2000 r.); Osiągnięcia w dziedzinie kultury chrześcijańskiej (od 2000 r.); Propagowanie nauczania Ojca Świętego Jana Pawła II (od 2001 r.); TOTUS medialny dla upamiętnienia Bp. Jana Chrapka oraz jego roli w ukazywaniu osoby i nauczania Jana Pawła II w mediach (od 2002 r.). Laureaci Nagrody Totus: prof. Władysław Bartoszewski, Adam Bujak, s. Małgorzata Chmielewska, o. Jan Góra OP, Henryk Mikołaj Górecki, Krzysztof Kolberger, Zygmunt Kubiak, Maja Komorowska, prof. Jerzy Nowosielski, Grzegorz Polak, Marek Piwowski, ks. Jan Twardowski, George Weigel, prof. Andrzej Zoll, zespół Arka Noego, Fundacja „Instytut Tertio Millennio”, „Gość Niedzielny”, Katolicka Agencja Informacyjna, „Niedziela”, portal Opoka, redakcja Mszy św. radiowej, Redakcja Programów Katolickich TVP, „Tygodnik Powszechny”, program „Ziarno”.

Nagroda Literacka im. Franciszka Karpińskiego przyznawana jest od 1995 roku przez Katolickiego Stowarzyszenia „Civitas Christiana” Oddział Okręgowy w Białymstoku, fundatora nagrody. Jej celem jest popularyzowanie twórczości literackiej wpisującej się w nurt literatury chrześcijańskiej, pogłębianie i upowszechnianie rozumienia, czym jest pisarstwo w tym wymiarze oraz jakie jest jego znaczenie dla rozwoju człowieka. Co roku inny twórca honorowany jest za wartości ponadczasowe w twórczości literackiej. Wyróżnienie ma zasięg ogólnopolski. Uroczystość wręczenia odbywa się w listopadzie w Białymstoku. Przewodniczącym kapituły nagrody jest metropolita białostocki abp Edward Ozorowski. Wśród laureatów nagrody znajdują się: ks. Jan Twardowski, prof. Irena Sławińska, bp Józef Zawitkowski, Ernest Bryll, ks. prof. Janusz Frankowski, Waldemar Smaszcz, Stanisław Szewczenko, Marek Skwarnicki, Jan Leończuk, ks. prof. Jan Sochoń, prof. Teresa Kostkiewiczowa, prof. Anna Świderkówna, prof. Halina Krukowska, Ewa Lipska, Edward Redliński, prof. Stefan Sawicki, Wojciech Wencel, prof. dr hab. Elżbieta Feliksiak.

Wyróżnieniem za twórczość poetycką jest Nagroda im. x. Józefa Baki, ustanowiona przez kwartalnik Fronda w 1996 roku. Konkurs odbywa się nieregularnie od 1996 roku. Niektórzy laureaci: Wojciech Wencel (1996), Anna Piwowska, Artur Grabowski (1998), Krzysztof Czacharowski (2001).

---

<sup>88</sup>Nagroda Totus. Dostępny w Internecie: <http://dzielo.pl/pl/strona/140/nagrody-totus> [Data dostępu: 17.04.2013].

Literackich wyróżnień poetyckich imienia ks. Jana Twardowskiego jest kilka. Najstarszy jest Tarnogórski Konkurs Poetycki<sup>89</sup>, patronuje mu Burmistrz Miasta Tarnowskie Góry i Starosta Powiatu Tarnogórskiego. Dwie kolejne nagrody utworzono po śmierci księdza i przyznawane są odpowiednio przez Ludową Spółdzielnię Wydawniczą oraz poznańskie Wydawnictwo Święty Wojciech. Nagroda za najciekawszy tom poezji ufundowana przez Ludową Spółdzielnię Wydawniczą<sup>90</sup> posiada Kapitułę Nagrody Literackiej im. ks. Jana Twardowskiego, której członkowie, oceniając poszczególne tomy, zwracają uwagę na wysokie walory artystyczne nagrodzonej poezji i jej wartości humanistyczne. Pierwszą Nagrodę Literacką im. ks. J. Twardowskiego za najciekawszy tom poezji 2005/2006 przyznano ex aequo Krystynie Gucewicz za tom *Kocham cię* i Jackowi Cyganowi za tom poezji *Ambulanza. Wiersze śródziemnomorskie* (2007). Kolejni laureaci to: za najciekawszy tom wierszy w 2007 roku – ex aequo Ewa Zelenay za tomik *Wiosenne wypalanie traw* i Janusz A. Kobierski za *Cierpkie wino życia* (2008). Wręczenie dyplomów i nagród odbywa się w Pruszkowie.

Nagrodę Wydawnictwa Święty Wojciech<sup>91</sup> po raz pierwszy wręczono w 2007 roku za tomik poetycki wydany w 2006 roku. Została skierowana do autorów, wydawców, stowarzyszeń twórczych, redakcji czasopism i jurorów, a jej celem jest promowanie oryginalnych wartości artystycznych oraz otwartej postawy humanistycznej, nawiązującej do wrażliwości patrona. W skład jury wchodzi: Krzysztof Koehler – przewodniczący, dyrektor TVP Kultura, Aleksandra Iwanowska – edytor utworów ks. J. Twardowskiego, Joanna Roszak – krytyk literacki, Teresa Tomsia – poetka, prof. Piotr Śliwiński i ks. Jerzy Stranz – dyrektor Drukarni i Księgarni Św. Wojciecha. Główna nagroda to niepodzielna suma 10 000 zł. Jej pierwszym laureatem został Marcin Świetlicki (2007).

W ramach konkursów ogólnopolskich nagradzani są również autorzy tytułów katolickich. W 2000 roku Nagrodę Wielkiej Fundacji Kultury<sup>92</sup> otrzymał ks. Jan Twardowski. To wyróżnienie jest przyznawane od 1993 roku wybranym twórcom lub zespołom twórców za wybitne osiągnięcia w dziedzinie kultury decyzją Kapituły Nagrody Wielkiej Fundacji Kultury. Zainicjowała ją ówczesna Prezes Fundacji – Izabella Cywińska. Od 1996 r. członkowie Kapituły zapraszają do swego grona laureatów Nagrody Wielkiej z kolejnych lat. Skład Kapituły Nagrody Wielkiej Fundacji Kultury: Izabella Cywińska,

---

<sup>89</sup>W 2013 roku odbyła się XX edycja Konkursu.

<sup>90</sup>Nagroda im. ks. Jana Twardowskiego (Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza). Dostępny w Internecie: <http://www.lsw.pl/k.htm> [Data dostępu: 09.06.2010].

<sup>91</sup>Nagroda im. ks. Jana Twardowskiego (Wydawnictwo Święty Wojciech). Dostępny w Internecie: [http://ksiegarnia.diksw.pl/poznan/pg/pl/informacje\\_biezace/konkurs\\_poetycki\\_im\\_ks.html](http://ksiegarnia.diksw.pl/poznan/pg/pl/informacje_biezace/konkurs_poetycki_im_ks.html) [Data dostępu: 09.06.2010].

<sup>92</sup>Nagroda Wielka Fundacji Kultury. Dostępny w Internecie: [http://www.fundajakultury.pl/104,Nagroda\\_Wielka\\_Fundacji\\_Kultury.htm](http://www.fundajakultury.pl/104,Nagroda_Wielka_Fundacji_Kultury.htm) [Data dostępu: 08.06.2010].

Jan Englert, Maria Janion, Wojciech Krukowski, Edward Pałłasz, Sławomir Pietras, Andrzej Rottermund, Włodzimierz Staniewski, Stefan Starczewski, Andrzej Werner, Krzysztof Zanussi.

Nagrodę Literacką im. Józefa Mackiewicza ustanowiono w 2000 r. przez grono sympatyków twórczości Józefa Mackiewicza, z inicjatywy Zbigniewa Zarywskiego i pomysłu Stanisława Michalkiewicza z roku 1998. Przyznano ją po raz pierwszy w roku 2002, w setną rocznicę urodzin patrona. Jan Michał Małek i Zbigniew Zarywski ufundowali Nagrodę, w celu upamiętnienia postaci i dzieła Józefa Mackiewicza, pisarza i działacza politycznego. Wyróżnienie przyznawane jest corocznie, a ogłoszenie wyników i uroczystość wręczenia laurów odbywa się 11 listopada. Skład kapituły: Jacek Bartyzel (od jesieni 2007), Tomasz Burek, Ryszard Legutko (do lata 2005), Halina Mackiewicz (od sierpnia 2006), Jan Michał Małek, Stanisław Michalkiewicz (sekretarz), Elżbieta Morawiec (od lata 2005), Andrzej Nowak (do maja 2007), Marek Nowakowski (przewodniczący), Włodzimierz Odojewski, Kazimierz Orłoś (do czerwca 2006), Jacek Trznadel, Maciej Urbanowski (od sierpnia 2006), Zbigniew Zarywski, Rafał A. Ziemkiewicz oraz przewodniczący jury – Marek Nowakowski. Nagroda to 10 tys. dolarów oraz złoty medal z wizerunkiem Józefa Mackiewicza i cytatem „Jedynie prawda jest ciekawa”. W konkursie oceniane są utwory literackie (powieści, eseje, poezja), i publicystyczne (w tym polityczne), oraz naukowe rozprawy historyczne i krytycznoliterackie, napisane w języku polskim przez autorów żyjących, wydane w formie książkowej w poprzednim roku i zgłoszone przez wydawców. Wyróżnienie przyznaje się dziełom dotyczącym tematyki istotnej kulturowo, społecznie lub politycznie z uwzględnieniem ich walorów literackich. Nominacje obejmujące ok. 10 tytułów ogłaszane są latem. W 2007 roku Nagrodę otrzymał ks. Tadeusz Isakowicz-Zaleski za pracę *Księża wobec bezpieki* (Znak), natomiast w 2009 roku Bronisław Wildstein za książkę *Dolina nicości* (Wydawnictwo M).

Fundacja im. ks. Janusza St. Pasierba ustanowiła swoje wyróżnienie w 1998 roku<sup>93</sup>. Jednym z celów Fundacji jest „promowanie twórczości młodych, utalentowanych historyków sztuki, a także poetów i twórców krótkich form literackich, których twórczość jest świadectwem chrześcijańskiej inspiracji”<sup>94</sup>. Fundacja przyznaje co roku nagrodę główną, na przemian historykowi sztuki i poecie, oraz dwa lub trzy wyróżnienia. Wśród

---

<sup>93</sup>Twórcy Fundacji: ks. abp. Henryk Muszyński – Metropolita Gnieźnieński, ks. dr. Wiesław Niewęglowski – Krajowy Duszpasterz Środowisk Twórczych, ks. dr. Wiesław Mering – rektor Wyższego Seminarium Duchownego w Pelplinie, prof. med. Jerzy Dymecki, pisarz Piotr Wojciechowski i redaktor Maria Wilczek oraz trzy instytucje: Wyższe Seminarium Duchowne w Pelplinie, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Rektorat Duszpasterstwa Środowisk Twórczych.

<sup>94</sup>Fundacja im. Ks. Janusza Pasierba. Dostępny w Internecie: <http://www.gruzdiadz.kik.opoka.org.pl/fundacja.html> [Data dostępu: 11.06.2010].

laureatów za rok 2003 znalazło się Wydawnictwo Diecezji Pelplińskiej Bernardinum.

Własne wyróżnienia przyznają niektóre czasopisma i redakcje. Do najbardziej prestiżowych należy Nagroda im. Księdza Józefa Tischnera<sup>95</sup> ustanowiona w 2000/2001 roku przez Miesięcznik i Wydawnictwo Znak wraz z Ergo Hestią. Przyznaje się je w trzech kategoriach: „1. pisarstwa religijnego i filozoficznego, stanowiącego kontynuację Tischnerowskiego „myślenia według wartości”, 2. publicystyki lub eseistyki na tematy społeczne, która uczy Polaków przyjmować „nieszczęsny dar wolności”, 3. inicjatyw duszpasterskich i społecznych współtworzących „polski kształt dialogu Kościoła i świata”<sup>96</sup>. Ceremonia rozdania odbywa się podczas Dni Tischnerowskich w Krakowie. W skład Kapituły wchodzi: ks. Adam Boniecki, Jarosław Gowin, Krzysztof Michalski, Piotr Maria Śliwicki, Władysław Stróżewski, Łukasz Tischner, Henryk Woźniakowski. Laureaci w poszczególnych latach:

- 2001 – Stefan Swieżawski, Jan Nowak-Jeziorański, ks. Herbert Hlubek,
- 2002 – Bronisław Baczko, Ryszard Kapuściński, Bogdana Pilichowska-Ragno,
- 2003 – Barbara Skarga, Wojciech Jagielski, ks. Andrzej Augustyński,
- 2004 – ks. Tomasz Węclawski, Wiktor Osiatyński, Teresa Sawicka i Marta Sawicka,
- 2005 – ks. Wacław Hryniewicz, Mirosława Grabowska, ks. Manfred Deselaers,
- 2006 – Karol Tarnowski, Piotr Kłodkowski, Janina Ochojska-Okońska,
- 2007 – Władysław Stróżewski, Rafał Dutkiewicz, Brat Moris Maurin,
- 2008 – Ks. Robert J. Woźniak, Krystyna Kurczab-Redlich, Siostra Anna Bałchan,
- 2009 – Barbara Chyrowicz SSpS, Aleksander Smolar, Katarzyna Kałamajska-Liszczyńska i Krzysztof Liszczyński,
- 2010 – ks. Michał Heller, Tomasz Rakowski, Henryka Krzywonos-Strycharska,
- 2011 – Piotr Sikora, Dariusz Kosiński, Uniwersytet dzieci,
- 2012 – Jerzy Szacki, Karolina Wigura, Siostra Małgorzata Chmielewska,
- 2013 – Paweł Śpiewak, Michał Łuczewski, Stowarzyszenie na Rzecz Niepełnosprawnych SPES.

---

<sup>95</sup>Pełna nazwa: Nagroda Znak i Hestii imienia księdza Józefa Tischnera.

<sup>96</sup>Nagroda Znak i Hestii imienia księdza Józefa Tischnera. Dostępny w Internecie: <http://nagrodatischnera.pl/o-nagrodzie> [Data dostępu: 15.06.2010].



Inne nagrody przyznane wydawnictwom katolickim, to m.in.: „Srebrny Denar”<sup>97</sup> dla Wydawnictwa WAM (2007 rok), Dyplom Polskiej Izby Książki<sup>98</sup> dla Wydawnictwa Salezjańskiego (2007 rok), Nagroda Templetona<sup>99</sup> dla ks. prof. Michała Hellera, autora wielu książek ukazujących się w Wydawnictwie Znak (2008 rok), European Christian Book Of The Year (Europejska Chrześcijańska Książka Roku)<sup>100</sup> dla publikacji *Biblia dla rodziny* (Vocatio, 2007 rok) oraz w kategorii książek dla dzieci przyznana publikacji *Bóg odpowiedział na modlitwy Müllera ponad 50 000 razy* (Vocatio, 2008 rok).

Część nagród przyznawana książkom konfesyjnym, ich twórcom oraz wydawcom należy do systemu książki katolickiej. Dotyczy to konkursów, które powstały w celu promowania wartości chrześcijańskich oraz dzieł wydawanych przez oficyny religijne. Są to omówione w pierwszej części podrozdziału nagrody: FENIKS, TOTUS, Nagroda Literacka im. Franciszka Karpińskiego, Nagroda im. x Józefa Baki, Nagroda im. ks. Jana Twardowskiego Wydawnictwa Święty Wojciech. Przedsięwzięcia te są częścią systemu książki katolickiej, podnoszą prestiż oficyn i wydawanych dzieł oraz doceniają autorów. Są potrzebne czytelnikom, którzy niejednokrotnie przy swoich wyborach kierują się opinią jurorów oraz wydawcom, którzy fakt wyróżnienia w konkursie eksponują podczas promocji swojej oferty. Pozostałe nagrody są adresowane do całego rynku książki i nie należą do omawianego systemu. Niemniej jednak bardzo nobilitujący jest fakt, że propozycje tytułów katolickich pojawiają się w tych konkursach i są zauważane.

---

<sup>97</sup>„Srebrny Denar” to nagroda w konkursie ogłoszonym przez Gminę Miejską Krakowa w 2006 roku na Najstarszą funkcjonującą krakowską firmę. Spośród dwunastu przedsiębiorstw ubiegających się o nagrodę w branży produkcyjnej, usługowej oraz handlowej, Wydawnictwo WAM zostało uhonorowane nagrodą „Srebrnego Denara” Bolesława Wstydliviego, w kategorii „firma produkcyjna”. Oficyna WAM została założona w 1872 r., a w roku otrzymania wyróżnienia (2007 rok) obchodziła jubileusz 135 lat swojego istnienia.

<sup>98</sup>Dyplom Polskiej Izby Książki przyznano podczas XIII Targów Wydawców Katolickich, aby uhonorować działalność jednej z najstarszych oficyn na rynku polskim – Wydawnictwa Salezjańskiego. Zostało ono utworzone w 1887 roku w Turynie, a po przybyciu salezjanów do Polski, przeniesione do Oświęcimia, gdzie działało do 1951 roku, z przerwą w czasie II wojny światowej. Jego aktywność udało się wznowić w 1976 roku.

<sup>99</sup>Nagrodę Templetona ustanowiono w 1972 roku przez Fundację Templetona. Jest przyznawana corocznie, od 1973 roku osobom indywidualnym, za działania związane z pokonywaniem barier pomiędzy nauką a religią. W 2008 po raz pierwszy została przyznana Polakowi.

<sup>100</sup>Prestiżowe wyróżnienie przyznawane przez europejską reprezentację zawodową chrześcijańskiej branży wydawniczej podczas europejskiej konferencji wydawców i księgarzy chrześcijańskich w Amsterdamie.

### 4.3.3 Spotkania autorskie

Przygotowanie trasy promocyjnej autora to dla wydawcy duży wysiłek organizacyjno-logistyczny. Podejmuje się go w celu promocji oficyny i umożliwienia czytelnikom kontaktu z ulubionym autorem. Wydawcy książki katolickiej często korzystają z tej formy promocji swoich tytułów. Jednak aby ją dobrze zorganizować należy zadbać o<sup>101</sup>:

1. Dobrą logistykę:

- czas trwania wizyty: ilość miast, rezerwacja hoteli, transport, wyżywienie;
- organizacja spotkań: rezerwacja sal, wybór i aranżacja miejsca do podpisywania książek;
- oprawa medialna: konferencje prasowe, wywiady, newslettery<sup>102</sup>, mailingi<sup>103</sup>.

2. Pozyskanie współorganizatorów:

- obniżenie kosztów dla wydawcy;
- promocja i zysk (sprzedaż książek) dla współorganizatora;
- dobra orientacja w lokalnych realiach: pomoc w dotarciu do mediów oraz pozyskaniu funduszy od władz i sponsorów, dopilnowanie realizacji punktów programu.

3. Wybór odpowiednich form promocji autora:

- spotkanie autorskie;
- premiera (promocja) książki;
- podpisywanie książki (odpowiednio zorganizowane miejsce);
- wywiad z autorem;
- czat na popularnym portalu;
- panel dyskusyjny z udziałem autora;
- konferencja prasowa.

---

<sup>101</sup>B. TOBISZOWSKI: *Trasa promocyjna autora*. W: K. FROŁOW: *Public Relations na rynku książki*. Warszawa 2007, s. 66-70.

<sup>102</sup>Newsletter – 1. powiadamianie subskrybentów o nowościach i zmianach w serwisie lub oferowanych usługach; 2. elektroniczna forma biuletynu – czasopisma rozsyłanego za pomocą poczty elektronicznej do prenumeratorów; 3. przeglądy prasy i bieżących wydarzeń.

<sup>103</sup>Mailing (Direct Mailing) – wysyłka treści reklamowych za pomocą poczty elektronicznej.

Edytorzy o swoich działaniach związanych z promowaniem nowości wydawniczych i organizowanych spotkaniach autorskich informują czytelników poprzez witryny WWW, branżowe i katolickie portale internetowe, plakaty reklamowe, komunikaty w prasie tradycyjnej i elektronicznej oraz za pomocą newsletterów rosyłanych do subskrybentów. Aktywnie popularyzują też swoich autorów podczas imprez wystawienniczych, o czym świadczy bogaty program towarzyszący Targom Wydawców Katolickich. Poniżej przedstawiono wybrane akcje na przykładzie kilku wydawnictw.

Wydawnictwo Biały Kruk – promocja książki *Prawy i sprawiedliwy. Życie i męczeństwo błogosławionego księdza Jerzego Popiełuszki*. (fotografie: Adam Bujak, tekst: Jolanta Sosnowska). Plakat (Zdjęcie 3) informujący o prezentacji zawiera program spotkania, w którym przewidziano udział autorów, osób duchownych i ludzi nauki oraz współpracowników bohatera albumu-biografii.

### Zdjęcie 3. Plakat informujący o prezentacji książki wydawnictwa Biały Kruk

Zapraszamy 15 czerwca o godz. 18.30 do Auli Jana Pawła II  
w Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie – Łagiewnikach  
na uroczystą prezentację najnowszej książki Białego Kruka

## **PRAWY i SPRAWIEDLIWY**

Życie i męczeństwo błogosławionego ks. Jerzego Popiełuszki

Moderatorem spotkania będzie  
**ks. prof. Waldemar Chrostowski**  
współpracownik ks. Jerzego Popiełuszki

W programie m.in.

**Halina Łabonarska** – słynna polska aktorka da świadectwo  
o cudzie za wstawiennictwem Księdza Jerzego Popiełuszki  
i odczyta wiersze poświęcone Kapelanowi „Solidarność”

**Kardynał Stanisław Nagy** – wystąpienie

**Prof. Andrzej Nowak** – wykład  
„Świętość i komunizm – przypadek Polski”

Wybitne osobistości, przedstawiciele „Solidarności”,  
księża – wspomnienia o Księdzu Jerzym Popiełuszcze  
Autorzy: **Adam Bujak, Jolanta Sosnowska**  
opowiedzą o pracy nad książką.

Przed i po spotkaniu promocyjnie sprzedaż albumu „Prawy  
i Sprawiedliwy” oraz innych wydawnictw Białego Kruka.

Jeśli ktoś nie będzie mógł przybyć, może zakupić album  
w cenie promocyjnej bezpośrednio w wydawnictwie. Wystarczy zadzwonić!

tel.: 12/254-56-26, 12/254-56-02, 12/254-56-04  
www.bialykruk.pl, e-mail: handlowy@bialykruk.pl



**Źródło:** Wydawnictwo Biały Kruk. Wydarzenia. Dostępny w Internecie:  
<http://www.bialykruk.pl>. [Data dostępu: 16.06.2010].

Wydawnictwo Biały Kruk – promocja albumu Adama Bujaka *Skarby bernardynów*. Uroczysta prezentacja odbyła się 2 kwietnia 2009 roku w zabytkowym wnętrzu kościoła p.w. św. Bernardyna ze Sieny w Krakowie. Wśród gości byli m.in. ks. infułat Janusz Bielański, były kustosz i gwardian Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej w Kalwarii Zebrzydowskiej – o. Mikołaj Rudyk oraz były prezydent Miasta Krakowa – Józef Lassota.

Program składał się z dwóch części i obejmował:

Cz. 1. (kościół p.w. św. Bernardyna ze Sieny w Krakowie):

- powitanie zebranych gości i przedstawicieli mediów przez gospodarza spotkania, o. Fidelisa Maciołka, kustosa sanktuarium i dyrektor wydawnictwa „Calvarianum”,
- śpiew dawnych, wielkopostnych pieśni w wykonaniu chóru Wyższego Seminarium Duchownego w Kalwarii Zebrzydowskiej „Schola Cantorum”,
- odczytanie fragmentów papieskich wypowiedzi dotyczących lub skierowanych do bernardynów przez aktora Jerzego Zelnika,
- odsłonięcie w kościele zabytkowego malowidła Tadeusza Popiela – monumentalnej panoramy Golgoty, stanowiącej tło dla Grobu Pańskiego,
- zaprezentowanie początków zakonu franciszkanów przez księdza biskupa Albina Małysiaka,
- wystąpienie prezesa wydawnictwa Biały Kruk, Leszka Sosnowskiego, który opowiedział o pracy nad albumem,
- wystąpienia twórcy fotografii i autorów tekstów.

Cz. 2. (bernardyńskie sanktuarium Pana Jezusa Miłosiernego w kościele p.w. Stygmatów św. Franciszka w Alwerni):

- Msza św.,
- przywitanie zabranych gości przez o. Fidelias Maciołka, dyrektora wydawnictwa „Calvarianum”,
- wystąpienia burmistrza Jana Rychlika i aktora Andrzeja Grabowskiego,
- udzielanie odpowiedzi na zebrane przez Adama Bujaka pytania oraz podpisywanie książek.

Krakowskie Wydawnictwo M we współpracy z innymi instytucjami zorganizowało kilka projektów w ramach wizyty Michaela D. O’Briena<sup>104</sup> w Polsce (listopad 2009 rok). Odbyły się dwie debaty z udziałem kanadyjskiego pisarza „Prorok czy fanatyk? czyli rzecz o książkach kanadyjskiego powieściopisarza Michaela D. O’Briena” i „Kościół katolicki

---

<sup>104</sup>Michael D. O’Brien (ur. 1948 w Ottawie) – kanadyjski pisarz katolicki, malarz, autor bestsellerowych powieści; w Polsce jego książki publikuje Wydawnictwo M i Wydawnictwo Znak.

– ostatni bastion nietolerancji?” Spotkanie autorskie zorganizowano w jednej z warszawskich restauracji. Rozmowę prowadził Tomasz P. Terlikowski, dziennikarz m.in. „Rzeczpospolitej”, a fragmenty powieści *Ojciec Eliasz. Czas Apokalipsy* czytał Piotr Ligienza, aktor Teatru Powszechnego. Zaplanowano też wykład Michaela D. O'Briena *Teologia kultury i piękno*.

Wydawnictwo Salwator organizuje liczne spotkania autorskie z siostrą Anielą, łącznie z degustacją ciast i potraw osobiście przez nią przygotowanych. Korzysta również z multimedialnych form, aranżując spotkania wirtualne ze swoimi autorami, np.: czat z ks. prof. Tomaszem Jelonkiem *Biblia w kulturze świata* na [www.wiara.pl](http://www.wiara.pl)<sup>105</sup>, czat z ks. bp. Janem Szkodoniem *Małżeństwo. Aby marzenie nie było rozczarowaniem* na <http://www.czat.katolik.pl><sup>106</sup>, czat z ks. prof. Kazimierzem Panusiem, Rektorem Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie *Sztuka kaznodziejska – „Czy skutecznie głoszę Ewangelię?”* na [www.wiara.pl](http://www.wiara.pl)<sup>107</sup>. Wydawnictwo Salwator sięga także po formułę wykładów otwartych, w ten sposób powstał cykl spotkań zatytułowany *Biblia w kulturze świata*<sup>108</sup>, zainspirowany publikacją ks. Tomasza Jelonka o tym samym tytule.

Tytuły bardzo często są promowane poprzez spotkania z autorami podczas wprowadzania ich na rynek księgarski. Nie zawsze jednak jest to możliwe. Wybrany przykład dotyczy bestsellerowej książki Jana Pawła II *Pamięć i tożsamość*<sup>109</sup>. Polska promocja tego dzieła odbyła się w Warszawie, Krakowie i Częstochowie. W stolicy zorganizowano konferencję prasową w budynku Konferencji Episkopatu Polski (14.03.2005), gdzie zaproszono m.in. Prymasa Polski – kard. Józefa Glempa oraz gości z Watykanu. Krakowska promocja (15.03.2005) obejmowała spotkanie otwarte poświęcone książce *Pamięć i tożsamość* zaaranżowane przez Wydawnictwo Znak w auli Uniwersytetu Jagiellońskiego, które prowadził Henryk Woźniakowski – prezes oficyny. Wśród zaproszonych gości byli: kard. Franciszek Macharski, Joaquin Navarro-Valls – rzecznik Stolicy Apostolskiej, ks. prał. Claudio Rossini – dyrektor Libreria Editrice Vaticana, ks. prał. Paweł Ptasznik – Sekretariat Stanu, sekcja polska, prof. Norman Davies, prof. Krzysztof Michalski – Instytut Nauk o Człowieku (Wiedeń), o. Maciej Zięba OP – prowincjał Zakonu Domi-

---

<sup>105</sup>Zapis czatu z ks. prof. Tomaszem Jelonkiem, 28.11.2007 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.salwator.com/?d=start,news,547,178,0,1> [Data dostępu: 24.06.2010].

<sup>106</sup>Zapis czatu z ks. bp. Janem Szkodoniem, 17.12.2007. [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.salwator.com/?d=start,news,549,178,0,1> [Data dostępu: 24.06.2010].

<sup>107</sup>Zapis czatu z ks. prof. Kazimierzem Panusiem, 11.12.2007. [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.salwator.com/?d=start,news,548,178,0,0> [Data dostępu: 24.06.2010].

<sup>108</sup>Wykłady odbywały się na Uniwersytecie Papieskim im. Jana Pawła w Krakowie (dawna Papieska Akademia Teologiczna) w roku akademickim 2007/2008.

<sup>109</sup>*Nowa książka papieża „Pamięć i tożsamość”*. W: „Niedziela” [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: [http://www.niedziela.pl/artukul\\_w\\_niedzieli.php?doc=nd200511&nr=9](http://www.niedziela.pl/artukul_w_niedzieli.php?doc=nd200511&nr=9) [Data dostępu: 01.07.2010].

nikanów. Promocja częstochowska (18.03.2005) odbyła się w Auli Redakcji „Niedzieli”. Było to spotkanie połączone z prezentacją tytułu, w którym udział wzięli: ks. inf. Ireneusz Skubiś – redaktor naczelny „Niedzieli”, red. Tadeusz Szyma oraz przedstawiciel Wydawnictwa Znak.

Powyższe przykłady form organizacji spotkań autorskich oraz promocji tytułów świadczą o tym, że wydawcy publikacji katolickich podążają za panującymi w branży trendami. Wychodząc naprzeciw zmieniającym się oczekiwaniom czytelników, korzystają z nowych technologii jako narzędzi komunikacyjnych oraz dążą do obecności w mediach.

#### 4.3.4 Konferencje

Innym przykładem działań mających na celu wypromowanie oferty wydawnictw konfesyjnych są konferencje. Oficyny katolickie nie korzystają z nich często, ale niektórzy edytorzy wypracowali swoje własne standardy w tym zakresie. Osobno zostaną potraktowane zebrania prasowe i naukowe.

Konferencje prasowe to wydarzenia medialne, w których biorą udział osoby chcące przekazać mediom pewne informacje oraz zaproszeni dziennikarze. Wydawca powinien zwoływać je w sytuacjach wyjątkowych, gdy chce podkreślić wagę wydarzenia lub zakomunikować szerokiemu gronu redaktorów coś ważnego. Przykładowe powody to: omówienie bardzo dobrych okresowych wyników finansowych wydawnictwa, przedstawienie planów na przyszłość, wizyta zagranicznego autora, otwarcie nowej siedziby, a także sytuacja kryzysowa, gdy w jakimś stopniu chce mieć kontrolę nad informacjami przekazywanymi do mediów (treść, czas)<sup>110</sup>.

Wydawcy książki katolickiej zwołują konferencje prasowe najczęściej w trakcie trwania Targów Wydawców Katolickich, posługując się zapleczem organizacyjnym wystawy oraz przy okazji dużych imprez, np. Dni Tischnerowskich (w ramach tzw. imprez towarzyszących). Przygotowują także promocje książek podczas spotkań w siedzibie Polskiej Agencji Prasowej czy siedzibie Sekretariatu Konferencji Episkopatu Polski (dla Katolickiej Agencji Informacyjnej). Na wprowadzanie nowych tytułów połączone z konferencją prasową edytorzy decydują się w przypadku bardzo znanych nazwisk (Jan Paweł II, Benedykt XVI, Andrea Tornielli). Często biorą w nich udział także znani goście lub sam twórca dzieła. Przykłady konferencji prasowych, które odbyły się w związku z wprowa-

---

<sup>110</sup>K. FROŁOW: *Public Relations na rynku książki*. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2007, s. 58-63.

dzeniem na rynek nowych tytułów: premiera na polskim rynku książki Benedykta XVI *Jezus z Nazaretu* (siedziba PAP w Warszawie, Wydawnictwo M, 16.04.2007), wydanie książki Benedykta XVI *Myśli o Słowie Bożym* (siedziba PAP w Warszawie Wydawnictwo Espe, 8.12.2008)<sup>111</sup>, promocja książki abp. Reinharda Marxa *Kapitał. Mowa w obronie człowieka*. (siedziba Sekretariatu Episkopatu Polski w Warszawie, KAI, Wydawnictwo Homo Dei, 21.11.2009), udział w promocji książki *Santo Subito. Tajemnice świętości Jana Pawła II* jej autora Andrei Tornielliego (KAI, Rafael, 1.03.2010), promocja książki Andrei Tornielliego *Tajemnica Ojca Pio i Karola Wojtyły* (siedziba Sekretariatu Konferencji Episkopatu Polski, KAI, Edycja Świętego Pawła, 12.02.2008), promocja książki Ojca Świętego Jana Pawła II *Pamięć i tożsamość* (siedziba Konferencji Episkopatu Polski, KAI, Znak, 14.03.2005).

Odmiennym przykładem spotkań z udziałem publiczności są konferencje naukowe. Gromadzą one specjalistów z danej dziedziny – naukowców, praktyków i osoby zainteresowane tematem. W ramach takiego seminarium prezentowane są wyniki badań, odbywają się wykłady monograficzne i dyskusje. Wydawcy konfesyjni korzystają z tej formy, jako narzędzia promocji nowego tytułu, najczęściej jeśli publikacja dotyczy pracy z teologii, biblistyki lub innych problemowych zagadnień, badań czy projektów. Przykładem sympozjum, będącego formą promocji książki jest konferencja naukowa „Współczesne drogi do Damaszku” połączona z dyskusją wokół książki Benedykta XVI *Katechezy o św. Pawle* (Kraków 28.05.2009, Wydawnictwo eSPe Polskiej Prowincji Zakonu Pijarów). Program spotkania obejmował: przegląd wydarzeń Roku św. Pawła, wykład *Św. Paweł w nauczaniu Benedykta XVI* ks. dr hab. Romana Bogacza (Papieska Akademia Teologiczna), wystąpienie *Św. Paweł a człowiek współczesny* o. Jacka Wolana SP (Zakon Ojców Pijarów), prezentację najważniejszych publikacji poświęconych osobie i dziełu św. Pawła z Tarsu dr Marcina Majewskiego (Papieska Akademia Teologiczna). Konferencja poprzedzała obchody Roku św. Pawła<sup>112</sup>.

---

<sup>111</sup>Konferencja prasowa z okazji wydania książki Benedykta XVI „Myśli o Słowie Bożym”. [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wydawnictwoespe.blogspot.com/2008/12/konferencja-prasowa.html>, <http://wydawnictwoespe.blogspot.com/2008/12/konferencja-prasowa-cz-2.html> [Data dostępu: 29.06.2010].

<sup>112</sup>Rok św. Pawła – 28.06.2008-29.06.2009.

#### 4.3.5 Imprezy cykliczne

Imprezy cykliczne to przedsięwzięcia kulturalne planowane na szeroką skalę, w których jest również miejsce dla książki. Przykładem dobrze zaplanowanego, organizowanego corocznie wydarzenia są krakowskie Dni Tischnerowskie. Impreza odbywa się w celu upamiętnienia osoby i spuścizny ks. Józefa Tischnera. Podczas obchodów jest wręczana Nagroda Znak i Hestii im. ks. J. Tischnera oraz Stypendium im. ks. Józefa Tischnera. Dni Tischnerowskie mają kilku organizatorów: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Uniwersytet Papieski w Krakowie, Uniwersytet Jagielloński, Instytut Myśli Józefa Tischnera, Państwowa Wyższa Szkoła Teatralna w Krakowie i Fundacja im. św. Królowej Jadwigi. Impreza ma swoją rangę, własną witrynę internetową i logo (Zdjęcie 4.) oraz świetnie przygotowaną promocję.

#### Zdjęcie 4. Logo Dni Tischnerowskich



**Źródło:** Materiały prasowe XI Dni Tischnerowskich. Dostępny w Internecie: <http://dni.tischner.pl>. [Data dostępu: 29.06.2010].

Działania marketingowe obejmują m.in. towarzyszący tym wydarzeniom cykl imprez organizowanych między urodzinami ks. Tischnera (12 marca) a Dniami Tischnerowskimi (koniec kwietnia). Przykładowo w roku 2011 odbyła się XI edycja, a udział w spotkaniach był bezpłatny. Cykl został podzielony na dwa pasma: 1. „Pofilozofujmy!” – rozmowy z dziećmi, 2. Spotkania z laureatami Nagrody im. ks. Józefa Tischnera. Zdjęcie 5. przedstawia plakat promujący te wydarzenia. W 2010 roku Filharmonia Bałtycka, wzorując się na krakowskiej imprezie, zorganizowała Dni Tischnerowskie w Gdańsku <sup>113</sup>. W ramach projektu odbyły się dyskusje, spotkanie z laureatami nagrody im. ks. J. Tischnera i koncerty.

---

<sup>113</sup>Dni Tischnerowskie w Gdańsku 7-10.10.2010.



Zdjęcie 5. Plakat promujący Strefę Tischnera



**Źródło:** Witryna internetowa Tischner.pl. Dostępny w Internecie: <http://tischner.pl>. [Data dostępu: 29.06.2010].

#### 4.3.6 Wystawy

Wyznacznikiem wystawy książek jest najczęściej kryterium tematyczne lub plastyczne, którego cel określa informacja, promocja lub dydaktyka. Tytuły wchodzące w skład pokazu pełnią rolę eksponatów, co oznacza, że w czasie jej trwania nie są sprzedawane<sup>114</sup>. Wystawy są ważnym środkiem upowszechniania informacji i mogą być z powodzeniem wykorzystywane, jako forma promocji także w przypadku tytułów wydawców katolickich. Zjawisko to często towarzyszy Targom Książki, promocjom czy religijnym wydarzeniom kulturalnym. Podczas XVII Targów Wydawców Katolickich odbyła się wystawa publikacji autorstwa Jana Pawła II oraz książek poświęconych Jego osobie. W maju 2005 roku w Pałacu Kultury i Nauki podczas 50. Międzynarodowych Targów Książki organizatorzy zgromadzili ok. 300 książek Jana Pawła II i o Janie Pawle II. Postać Ojca Świętego jest częstym tematem organizowanych w Polsce ekspozycji książek – sytuacja analogiczna do bogactwa oferty tytułów ukazujących się na rodzimym

<sup>114</sup>Hasło Wystawa książki. T. HUSSAK: W: *Współczesne polskie księgarstwo. Mały słownik encyklopedyczny*. Wrocław 1981, s. 241-243; Hasło Wystawa książki. W: *Słownik wydawcy*. Red. B. KALISZ. Warszawa 1997, s. 220.

rynku książki edytorów katolickich. Pokazy publikacji odbywają się także przy innych okazjach, np. w ramach obchodów Dnia Judaizmu<sup>115</sup> otwarto wystawę książek polecanych z zakresu dialogu chrześcijańsko-żydowskiego i teologii judaizmu.

Ekspozycje książek odbywają się także przy okazji wydarzeń naukowych organizowanych przez katolickie uczelnie oraz w ramach działalności statutowej bibliotek teologicznych szkół wyższych. Biblioteka Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II regularnie organizuje wystawy<sup>116</sup>: nowości wydawnictw krajowych i zagranicznych, publikacji pracowników i absolwentów KUL, wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego oraz pośmiertne wystawy twórców nauki i kultury wraz z ekspozycją ich dzieł. Działania te wpisują się w wymiar rozpowszechniania informacji o tytułach naukowych, stanowiąc zarazem ważny element promocji książki.

#### 4.3.7 Listy bestsellerów

Rankingi tytułów będących bestsellerami<sup>117</sup> są popularną formą promocji książki a umieszczenie publikacji w takim spisie oznacza, że osiągnęła ona sukces handlowy oraz wskazuje jej pewne cechy treściowe, formalne i wydawniczo-dystrybucyjne. Pierwsze listy bestsellerów zaczęto publikować w Stanach Zjednoczonych pod koniec XIX wieku. Są też edytorzy, którzy specjalizują się w wydawaniu potencjalnych tytułów wysokonakładowych i za pomocą narzędzi marketingowych kreują i lansują wybrane książki. Organizują w tym celu liczne spotkania autorskie, inspirują artykuły w czasopismach, przygotowują kampanie reklamowe na szeroką skalę, aranżują wywiady z twórcą oraz uciekają się do oryginalnych form i działań, aby zwrócić uwagę czytelnika i wywołać pozytywne skojarzenia, które skłonią go do zakupu<sup>118</sup>. Wykazy popularnych tytułów rejestrują przede wszystkim dynamikę sprzedaży, ale jest grupa książek, zwana steady-sellerami, które ukazują się w mniejszych nakładach, są regularnie wznawiane, i stale znikają z półek księgarskich. Takim niezwykłym bestsellerem od wieków jest Biblia. Bezsprzecznie znajduje się ona na pierwszym miejscu największych bestsellerów w hi-

---

<sup>115</sup>Centralne obchody Dnia Judaizmu, Katowice – styczeń 2005.

<sup>116</sup>Katolicki Uniwersytet Lubelski. Dostępny w Internecie: <http://www.kul.pl/wystawy,11549.html> [Data dostępu: 18.06.2011].

<sup>117</sup>Hasło Bestseller: książka, która zdobyła bardzo dużą popularność, sprzedawana w wielkich nakładach; także taka płyta lub film. W: *Wielki Słownik wyrazów obcych PWN*. Pod red. M. BAŃKO. Warszawa 2005, s. 152; Hasło Bestseller. R. CYBULSKI: W: *Współczesne polskie księgarstwo...*, s. 27; S.A. KONDEK: *Zagadnienia wydawnicze...*, s. 118.

<sup>118</sup>K. FROŁOW: *Jak wypromowano bestseller*. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2006.

storii człowieka. Pismo Święte jest najczęściej wydawaną książką na świecie, rocznie sprzedaje się w około dwudziestu milionach egzemplarzy, jest przetłumaczone na ponad dwa tysiące języków (w tym gwary i dialekty)<sup>119</sup>. W Polsce Biblię wydaje m.in. poznańskie Wydawnictwo Pallotinum, które jest znane z tej publikacji od początków swego istnienia. Jednak w ostatnim dziesięcioleciu coraz więcej oficyn katolickich posiada Pismo Św. w swojej ofercie.

Książki, opublikowane w stosunkowo dużych i szybko rozprzedawanych nakładach po jakimś czasie tracą zainteresowanie publiczności i mediów, a ich sprzedaż powoli maleje. Tylko nieliczne tytuły utrzymują się dłużej w obrocie księgarskim. W Polsce listy bestsellerów zaczęto publikować w różnych czasopismach od 1989 roku. Najbardziej znanym rankingiem było zestawienie tworzone przez Andrzeja Rostockiego i publikowane w „Notesie Wydawniczym”, a także w wersji skróconej w dodatku do dziennika „Rzeczpospolita” – „Rzecz o książkach”<sup>120</sup>. Rankingi tworzone były osobno dla literatury polskiej, literatury obcej i literatury faktu. Tytuły wydawców katolickich pojawiały się w tych zestawieniach głównie w kategorii literatury faktu, np. na liście Bestsellery 2009 książka ks. abp. Mieczysława Mokrzyckiego i Brygidy Brysiak pt. *Najbardziej lubił wtorki* (Wydawnictwo M) znalazła się na dziewiątej pozycji z liczbą 46 000 sprzedanych egzemplarzy.

Kolejnym zestawieniem ukazującym się w prasie branżowej jest lista bestsellerów „Magazynu Literackiego Książki”, która powstaje w oparciu o wyniki sprzedaży z 30 dni z ponad 300 księgarni w całym kraju (regionalne Domy Książki, Matras, Empik i in.) Tutaj też zaznacza się aktywność wydawców katolickich, np. w kwietniu 2009 roku na liście znalazły się: Wanda Póltawska – *Beskidzkie rekolekcje. Dzieje przyjaźni księdza Karola Wojtyły z rodziną Póltawskich*. (Edycja Świętego Pawła; nowość, miejsce 12), Anastazja Pustelnik FDC – *123 Sałatki i surówki Siostry Anastazji* (WAM, nowość, miejsce 22). Ranking jest przedrukowywany w tygodniku „Angora” (nakład 400 tys. egz.) oraz prezentowany w programie „Xsięgarnia” emitowanych w TVN24, co znacznie zwiększa grupę odbiorców.

Zbiornicze informacje znajdują się także w opracowaniach Instytutu Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej autorstwa Grażyny Straus i Katarzyny Wolff oraz w corocznych wydaniach *Rynku książki w Polsce* Łukasza Gołębiewskiego. Jeśli chodzi o prace In-

---

<sup>119</sup>W. NOWICKI: *Bestseller wszechczasów*. „Przewodnik Katolicki” 2008, nr 37 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.przk.pl/?page=nr&nr=462&cat=85&art=20561> [Data dostępu: 05.07.2011].

<sup>120</sup>Listy tworzone były dla danego miesiąca i dla całego roku. Różniły się metodologią zbierania danych. Dla rankingów miesięcznych wykaz był przygotowany na podstawie informacji otrzymanych z sieci księgarskich Empik i Matras oraz danych udostępnionych przez wybrane wydawnictwa. Lista książek najlepiej sprzedających się w ciągu minionego roku powstawała w oparciu o dane uzyskane bezpośrednio u edytora.

stytutu Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej to autorki wymieniają pojedyncze tytuły za respondentami, którzy brali udział w badaniach, a podawane wyniki dotyczą deklaracji czytelniczych. Brak informacji o wydawcy, nakładzie – dane obejmują tzw. indywidualnych nabywców książek. Na przestrzeni lat<sup>121</sup> dla literatury religijnej wśród bestsellerów wymieniana jest Biblia i tytuły papieskie (m.in. *Przekroczyć próg nadziei*, *Pamięć i tożsamość* Jana Pawła II), beletrystyka Lloyda Cassela Douglasa i ogólnie modlitewniki. *Rynek książki* Gołębiowskiego w swoich analizach uwzględnia udział listy bestsellerów Andrzeja Rostockiego. W tabeli 15. przedstawiono oficyny książki katolickiej, które w poszczególnych latach znalazły się w rankingu rocznym.

**Tabela 15.** Liczba tytułów wydawców książki katolickiej na liście bestsellerów A. Rostockiego

	Znak	Wydawnictwo M	Wydawnictwo Św. Stanisława BM	W drodze	Biały Kruk	WAM
2001	7	0	0	0	0	0
2002	6	3	0	0	0	0
2003	9	0	1	1	0	0
2004	6	1	1	0	0	0
2005	7	3	3	0	3	1
2006	3	1	0	0	0	0

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie: Ł. GOŁĘBIEWSKI: *Rynek książki w Polsce* z lat 2002-2007.

W przypadku wydawnictwa Znak liczby te nie dotyczą tytułów jednoznacznie religijnych. Historia tej oficyny ma korzenie katolickie, ale przez ostatnie dwadzieścia lat coraz bliżej jej do ogólnego rynku książki, choć publikacje katolickie stanowią znaczną część oferty.

Listy najlepiej sprzedających się tytułów publikują na swoich stronach także branżowe portale poświęcone książkom: Wirtualny Wydawca, Portal Księgarski, Rynek Książki. Zamieszczają one rankingi nadsyłane przez krajowe i zagraniczne księgarnie i hurtownie m.in. Empik, Główna Księgarnia Naukowa Prus, Książnica Polska, Barnes & Noble, Gandalf, Matras, Amazon, Helion, Borders, Rhema. Dla przykładu Tabela 16 prezentuje bestsellery Księgarni Katolickiej Rhema za okres 28.01-11.02.2011.

<sup>121</sup>Opracowania ukazują się na podstawie badań czytelnictwa robionych co dwa lata, od 1992.

**Tabela 16.** Bestsellery Księgarni Katolickiej Rhema za 28.01-11.02.11

Lp.	TYTUŁ	AUTOR	WYDAWCA
1	Światłość świata	Benedykt XVI	Wydawnictwo Znak
2	Ojciec Pio. Ilustrowana biografia świętego stygmatyka	—	Dom Wydawniczy Rafael
3	Koniec świata według Maryi	Wincenty Łaszewski	Fundacja Nasza Przyszłość
4	Verbum Domini Adhortacja apostolska. O Słowie bożym w życiu i misji Kościoła	Benedykt XVI	Wydawnictwo M
5	Kalendarz Nie bój się wierzyć tylko 2011	—	Wydawnictwo Drukarnia Diecezjalna - Sandomierz
6	Święta Rita. Cudowna historia patronki od spraw beznadziejnych	—	Dom Wydawniczy Rafael
7	Ratzinger na celowniku. Dlaczego go atakują? Dlaczego jest słuchany?	Maria Aldo Valli	Wydawnictwo św. Stanisława BM
8	144 zadania dla Polaków. Przesłanie polskiego Papieża do rodaków	Jan Paweł II	Dom Wydawniczy Rafael
9	Droga krzyżowa. Któryś za nas cierpiął rany...	ks. Edward Staniek	Dom Wydawniczy Rafael
10	Wspomnienia Egzorcysty. Moje życie w walce z szatanem	Gabiele Amorth	Edycja św. Pawła

**Źródło:** Wirtualny Wydawca. Dostępny w Internecie: [http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem\\_cat/id/28058/cat/BE.html](http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem_cat/id/28058/cat/BE.html). [Data dostępu: 05.07.2011].

Swoje własne listy bestsellerów prowadzą także katolickie księgarnie stacjonarne i internetowe. Rhema nieregularnie przesyła swoje rankingi do Wirtualnego Wydawcy, Gloria24.pl w zakładce *Bestsellery* zamieszcza 25 najlepiej sprzedających się tytułów, dodatkowo na stronie głównej widoczny jest baner z trzema wybranymi pozycjami bestsellerowymi. Takie listy prowadzą również katolickie portale, np. Opus Dei w swojej witrynie zamieszcza ranking *Dobre książki*, który ukazuje się co miesiąc od października 2010 roku. Przykładowy ranking bestsellerów *Dobre książki* za marzec 2013<sup>122</sup>:

1. *Lenistwo duchowe. Smutek uśpionej duszy* – F. F. Carvajal (Wydawnictwo AA).
2. *Pół godziny dla Boga* – Mauro Leonardi (Serafin).
3. *Droga* – Josemaría Escrivá de Balaguer (Wydawnictwo Święty Wojciech).
4. *Prawo naturalne. Wprowadzenie* – Javier Hervada (Petrus).

<sup>122</sup>Ranking książek najchętniej kupowanych w ostatnich tygodniach przez czytelników strony <http://www.opusdei.pl/> (1-31.03.2013) [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.opusdei.pl/art.php?p=52940> [Data dostępu: 18.04.2013].

5. *Historia prawa naturalnego* – Javier Hervada (Petrus).
6. *Jezus z Nazaretu. Dzieciństwo* – Benedykt XVI (Znak).
7. *O wychowaniu przedszkolaka* – Beata Nadolna (Wydawnictwo Święty Wojciech).
8. *Wy jesteście światłem świata* – Martin Rhonheimer (Wydawnictwo Księży Marianów – Promic).
9. *Wspomnienie o biskupie Álvaro del Portillo prałacie Opus Dei* – Salvador Bernal (Apostolicum).
10. *Josemaria Escriva. Przekroczyć marzenia* – Pedro Casciaro (Wydawnictwo Święty Wojciech).

Wszystkie powyższe działania służą komunikacji edytorów konfesyjnych z odbiorcami ich oferty. Czytelnik ma możliwość kontaktu z książką katolicką nie tylko na półkach księgarskich, ale poprzez inne wymienione formy. Informacje te są przygotowywane i kierowane dla ludzi wierzących i chcących swoją wiarę pogłębiać. Nie brakuje jednak prób dotarcia do każdego czytelnika bez względu na jego wyznanie i poziom zaangażowania duchowego. Oferta jest niezwykle różnorodna formalnie i treściowo, a wydawcy dążą do ciągłego wychodzenia naprzeciw potrzebom swoich czytelników.

#### 4.4 Badania marketingowe

Duża liczba podmiotów wydawniczych zajmujących się książką religijną sprawia, że konieczne jest prowadzenie analiz oraz gromadzenie informacji o rynku, konkurencji i jego konsumentach. Nabywca książki to najczęściej zarazem jej czytelnik. Dla analityka istotne będą zachowania konsumentów, które w tym przypadku obejmą: preferencje czytelnicze, zadowolenie z zakupionych książek, proces decyzyjny i potrzeby czytelnicze. Jeśli edytorzy publikacji katolickich chcą skutecznie funkcjonować w branży wydawniczo-księgarskiej, muszą znać konsumenta i jego potrzeby, co przekłada się nie tylko na sprzedaż ale i na konkurencyjność. Wiedza o potrzebach klienta pozwala wypracować korzystną politykę handlową i promocyjną, dobrać najlepszy system obsługi oraz trafnie rozpoznać szanse i zagrożenia na rynku książki specjalistycznej. Prowadzenie badań marketingowych – skierowanych na poznanie cech czytelników, potrzeb, sposobu postępowania – dostarcza niezbędnej wiedzy wykorzystywanej podczas wprowadzania nowości oraz kształtowania wizerunku oficyny w oczach potencjalnych nabywców. Znajomość cech klientów, ich preferencji i modelu decyzyjnego umożliwia wybór najlepszej strategii sprzedaży i dystrybucji<sup>123</sup>. Czytelnicy – klienci księgarni, różnią się takimi cechami, jak: wiek, płeć, zawód, wykształcenie i ogólny poziom kulturalny, co nie pozostaje bez wpływu na typ zainteresowań lekturą.

Analizy, które mają znaczenie dla aktywnych domów wydawniczych, prowadzi Pracownia Badań Czytelnictwa<sup>124</sup> podległa Instytutowi Książki i Czytelnictwa w Bibliotece Narodowej. Najważniejszymi i prowokującymi najwięcej komentarzy w mass mediach są badania społecznego zasięgu książki (czytania i kupowania), prowadzone co dwa lata na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej. Opracowania te są publikowane w wydawanej przez Bibliotekę Narodową serii „Z Badań nad Czytelnictwem”. Kolejne źródło informacji o czytelnictwie w kraju to analizy prowadzone przez Centrum Badania Opinii Społecznej. Są one dostępne w postaci raportów (komunikatów z badań) na stronach CBOS<sup>125</sup>.

---

<sup>123</sup>M. ŚWITAŁA: *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*. Warszawa 2005, s. 15-20.

<sup>124</sup>Pracownia Badań Czytelnictwa. Dostępny w Internecie: <http://www.bn.org.pl/obn/struktura/instytut/instytut-ksiazki-i-czytelnictwa/pracownia-badan-czytelnictwa> [Data dostępu: 19.04.2013].

<sup>125</sup>Np.: *O różnych aspektach czytania książek – raport z dn. 3.09.2007* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://badanie.cbos.pl/details.asp?q=a1&id=3794> [Data dostępu: 5.04.2011]; *Książka w życiu codziennym Polaków – raport z dn. 18.09.1998* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://badanie.cbos.pl/details.asp?q=a1&id=1996> [Data dostępu: 5.04.2011].

Od 1993 roku działa na rynku firma komercyjna Book Marketing Research (BMR), która specjalizuje się w usługach konsultingowo-szkoleniowych. Prowadzi badania rynku wydawniczego dla zainteresowanych oficyn. Obejmują one m.in. ocenę działalności wydawnictwa i jego produktów, badania skuteczności dotychczasowych działań promocyjnych, badania rynku na pojedyncze tytuły. Krakowska spółka w 2000 roku uruchomiła portal branżowy B2B<sup>126</sup> dla wydawców, drukarzy, bibliotekarzy, hurtowników, księgarzy, autorów i tłumaczy, agentów literackich, grafików i specjalistów DTP. Wirtualnywydawca.pl zamieszcza wiadomości w grupach uwzględniając podział na poszczególne sektory rynku książki i jako odrębną kategorię wyróżnia religię.

Dotychczasowe rozważania pozwalają nam wyciągnąć kilka wniosków bibliologicznych. Z całą pewnością możemy podkreślić specyfikę i autonomiczność systemu książki katolickiej. Jej odrębny charakter i warunki, które o tym stanowią omówiono w poszczególnych rozdziałach rozprawy. Niezależność, osobliwość oferty i autonomiczność edytorów cechuje się także coraz większą otwartością i elastycznością na zmiany, jakim podlega rodzimy rynek wydawniczy. Przykładem nieustannego rozwoju są wydawnictwa hybrydowe, które poza procesem wydawniczym i budowaniem oferty tytułowej angażują się w dystrybucję, promocję i projekty multimedialne. Działania te nie pozostają bez wpływu na cały system, ponieważ na wielu płaszczyznach dochodzi do przenikania, homogenizacji z całym rynkiem. Wystarczy spojrzeć na ofertę tytułową większych wydawnictw. Przybywa pozycji, których na podstawie tytułu nie przyporządkowalibyśmy jednoznacznie religijnej oficynie. Oczywiście nie brakuje wydawców z wyrazistą ofertą, gdzie nie budzi wątpliwości fakt, że edytor to wydawca katolicki. Wzajemne przenikanie zauważamy także obserwując propozycje całej polskiej branży wydawniczej. Dzisiaj problemem nie stanowi fakt, że tytuły traktujące o papieżu, religii, duchownych czy miejscach kultu mogą ukazywać się nakładem ofinyn nie należących do systemu książki katolickiej.

---

<sup>126</sup>Portal wirtualnywydawca.pl. Dostępny w Internecie: wirtualnywydawca.pl [Data dostępu: 5.04.2011].



---

## Zakończenie

---

Na współczesnym rynku książki literatura konfesyjna ma stałe miejsce. Liczba i organizacja profesjonalnych wydawnictw, wyspecjalizowane instytucje dystrybucji i promocji, różnorodne kręgi odbiorców kształtujących specyficzne dla tej książki praktyki lekturowe – pozwalają mówić o funkcjonowaniu odrębnego systemu książki katolickiej. Sprzedaż i zabiegi marketingowe pomogły jej przystosować się do obiegu popularnego, natomiast forma edytorska i warstwa ilustratorska ugruntowały jej pozycję w obiegu wysokim. Ponadto publikacje katolickich oficyn propagują wartości sprzyjające sięganiu po lekturę i trwałości jej uprawianiu. Odbiorcy kultywują tradycję wspólnego czytania w rodzinach, biorą udział w imprezach poświęconych książce, mają dostęp do literatury i prasy katolickiej przy parafiach (kioski, biblioteki). Lektura katolicka jest obecna w księgarniach stacjonarnych oraz on-line.

Ważnym zagadnieniem jest wpływ Internetu i technologii komunikacyjnej na katolicką część branży wydawniczej. W ostatnich latach rynek jeszcze bardziej otworzył się na różne nurty w literaturze, w tym na tematykę katolicką. Bogactwo i różnorodność oferty wydawniczej sprawia, że tytuły te ekspansywnie współlistniają na rynku z inną tematyką, jednak wyróżniają się poprzez treść i szatę graficzną. Internet wykreował możliwość takiej komunikacji, która wspiera książkę drukowaną, choć jednocześnie i te granice ulegają zatarciu. Jako przykład takiego współlistnienia i wzajemnej promocji może posłużyć projekt Langusta Na Palmie<sup>1</sup>. Jest to witryna internetowa dominikanina o. Adama Szustaka OP, na której znajdują się różne formy zapisu Słowa Bożego. Homilie, rekolekcje i seminaria głoszone przez zakonniką są zamieszczane w sieci na bieżąco, w wersji audio i video. O każdym wydarzeniu i dodanym pliku zostaje powiadomiona

---

<sup>1</sup>Langusta Na Palmie. Dostępny w Internecie: <http://www.langustanapalmie.pl/> [Data dostępu: 8.05.2013].

również społeczność na portalu Facebook<sup>2</sup> i w mikroblogu Twitter<sup>3</sup>. Natomiast niektóre wystąpienia są spisane, przeredagowane i ukazują się drukiem, w postaci książki mówionej lub elektronicznej. Witryna internetowa, strona w portalu społecznościowym, wpisy na mikroblogu i publikacje tradycyjne współistnieją ze sobą, docierając do czytelnika różnymi drogami. Jest to sytuacja korzystna dla książki drukowanej, o czym można się przekonać śledząc rankingi sprzedaży księgarni internetowych. Sieć wspiera dystrybucję książki oraz informację, kiedy tytuł ukazał się i czy jest dostępny. Przykład książek o. A. Szustaka OP dobrze ilustruje specyfikę katolickich oficyn, ich dbałość o ewangelizację (poprzez treść), a w dalszej kolejności promocję, która na pierwszym planie zapewnia dostępność – informacja o treści. Cele merkantylne są oczywiście istotne, ale skutkiem ubocznym jako konsekwencja działań, których celem pierwszorzędym jest swoista misja religijna, wychowawcza, osobotwórcza. Omówiony projekt, w postaci materiałów on-line<sup>4</sup>, bezpłatnych dla każdego odbiorcy, cieszy się powodzeniem zwłaszcza wśród młodzieży i tej części społeczeństwa, która sprawnie porusza się w przestrzeni wirtualnej. Opracowanie edytorskie Ewangelii pozwala na dotarcie do osób, które preferują lekturę słowa drukowanego.

Wydawcy poprzez tworzone komunikaty w znacznym stopniu kreują swoich odbiorców. Wyróżniamy trzy wzory zachowań grupy czytelników z właściwymi im wzorami zachowań: odbiorcy literatury wysokiej (teologiczna, filozoficzna, piękna); odbiorcy literatury popularnej; odbiorcy literatury okolicznościowej. Wydawnictwa o charakterze naukowym, związane z uczelniami, czy ośrodkami biblijnymi adresują swoją ofertę do pracowników naukowych, studentów, nauczycieli, osób zainteresowanych pogłębianiem wiedzy teologicznej. Większość edytorów kreuje i zaspokaja potrzeby czytelnika związane z literaturą popularną, poradnikami, tłumaczeniami autorów modnych za granicą. Osobny nurt stanowi literatura okolicznościowa ukierunkowana na tradycję, kultywowanie świąt kościelnych, przyjmowanie sakramentów i obchodzenie uroczystości rodzinnych. Specyficzny przykład stanowią pięknie wydane (papier, druk, ilustracje) publikacje albumowe, najczęściej kupowane jako prezent. W tego typu edycjach specjalizuje się oficyna Biały Kruk, wydając albumy poświęcone dowolnej tematyce, m.in. architekturze sakralnej, miejscom świętym, osobowościom i osobistościom Kościoła katolickiego. Uwagę przyciąga cena, stosunkowo niska względem jakości. Tutaj znowu priorytetem jest chęć dotarcia z tytułem do czytelnika, a w dalszej kolejności zysk ze sprzedaży.

---

<sup>2</sup>Facebook: Langusta Na Palmie [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <https://www.facebook.com/LangustaNaPalmie> [Data dostępu: 8.05.2013].

<sup>3</sup>Twitter: Langusta Na Palmie. Dostępny w Internecie: <https://twitter.com/LangustaPalmowa> [Data dostępu: 8.05.2013].

<sup>4</sup>C. ANDERSON: *Za darmo. Przyszłość najbardziej radykalnej z cen*. Kraków 2011.

Współcześnie książka katolicka dobrze radzi sobie na rynku wydawniczym. Tematyka publikacji jest zróżnicowana, repertuar tytułów, form i edycji ciągle się rozszerza. Poza publikacjami drukowanymi w postaci zwartej, edytorzy przygotowują wersje nagrane przez lektora (audiobook), i/lub pliki elektroniczne dostępne na czytniki książek. Naturalna komercjalizacja oficyn przyspiesza ich rozwój i otwiera przed nimi nowe możliwości ewangelizacji poprzez publikacje bezpłatne lub w atrakcyjnych cenach, aby realizować misję głoszenia Słowa Bożego. Coraz sprawniej odbywa się także włączanie tytułów katolickich w ogólnopolski rynek książki. Wydawcy konfesyjni posiadają swoje odrębne kanały dystrybucji i projekty oraz instytucje promujące, co podkreśla ich odrębność oraz determinuje istnienie niezależnego systemu książki katolickiej. Ich udział w ogólnodostępnych punktach sprzedaży z jednej strony się zwiększa, a z drugiej paradoksalnie ulega uniezależnieniu z powodu możliwości, jakie stwarza każdej firmie sieć Internet. Dużo zależy od zdobytej wiedzy dotyczącej nowych sposobów dotarcia do odbiorcy. Dobra komunikacja polega na sprawnym dotarciu z informacją do potencjalnych klientów. Funkcję tę pełnią witryny i sklepy on-line wydawnictw, portale społecznościowe, narzędzia służące badaniu zapotrzebowania na dany tytuł, a następnie pozycjonowanie informacji o przygotowanej ofercie. Wciąż zaskakuje spora liczba<sup>5</sup> odnotowanych oficyn wydawniczych, których propozycje obejmują w większym stopniu tytuły katolickie. Małe wydawnictwa koncentrują uwagę na misji ewangelizacyjnej, a ta uzasadnia ich rację bytu.

W prognozach na przyszłość można dostrzec zagrożenia i szanse. Wśród przeszkód w rozwoju znajduje się nadmierna homogenizacja. Ujednolicenie oferty edytorów konfesyjnych z pozostałymi podmiotami na rynku oraz coraz powszechniejsze odejście od stosowania imprimatur uaktualnia pytanie „co dzisiaj znaczy określenie wydawnictwo katolickie?”. Należy również pamiętać, że nie tylko edytorzy religijni publikują tytuły konfesyjne. Homogenizacja oferty następuje zatem z dwóch stron. Szansą dla katolickich wydawnictw są publikacje o charakterze popularnym, np. poradniki kuchni katolickiej. Wyraźnie zaznacza się w nich powrót do natury i medycyny naturalnej, dawne inspiracje, zdrowe żywienie, łączenie odżywiania z duchowością, higieną życia i rozwojem osobowości. Rosnące zainteresowanie tytułami o zdrowym stylu życia ciągle poszerza krąg adresatów repertuaru o nowych odbiorców literatury popularnej. Zatem szeroki nurt tej twórczości sprzyja dobrej kondycji książki katolickiej.

Warto zauważyć, że dawniej literatura konfesyjna skupiała się na życiu religijnym człowieka, dotykała sfery modlitwy, kultu, moralności, wzorów osobowych i pobożnych praktyk. Najwyraźniej można to było zaobserwować w obiegu wysokim lub jarmarcz-

---

<sup>5</sup>Por. Aneks – liczba wydawców katolickich skatalogowanych w pracy.

nym. Współcześnie literatura konfesyjna wtopiła się w życie człowieka i znajduje miejsce w dziedzinie nauki, filozofii, codzienności, praktyki. Jest w każdym zakątku kultury. Nadal obserwujemy polaryzację książki konfesyjnej: biegun wysoki i biegun popularny. Na uwagę zasługuje fakt, że publikacje na wysokim poziomie edytorskim i merytorycznym są łatwo dostępne dla każdego odbiorcy. Ich szeroki zasięg jest możliwy dzięki wykorzystywaniu przez oficyny wszystkich kanałów sprzedaży od stricte katolickich po ogólnoasortymentowe. Dobrze ilustrują tę sytuację żywoty świętych. Mamy na rynku wiele broszurek o niskiej wartości i to jest zagrożenie, pułapka. Jednak ukazują się także liczne wydania dzieł hagiograficznych o charakterze źródłowym i krytycznym, np. korespondencje, pisma osobiste, dokumenty. Wpisują się one w nurt naukowy, ale są dostępne w ofercie wielu wydawców, więc każdy może po nie sięgać w zależności od potrzeb. Za przykład mogą posłużyć *Dzieje duszy św. Teresy od Dzieciątka Jezus*, które przez wiele lat funkcjonowały w obiegu w wersji puryfikowanej, a dziś dąży się do wydania najbardziej autentycznej wersji autobiograficznych tekstów świętej w oparciu o źródła.

Wydawnictwa katolickie mają przed sobą różne drogi rozwoju. Świadomość zagrożeń i ciągle pojawiających się możliwości powinna im pomagać w dokonywaniu korzystnych wyborów ewangelizacyjnych i ekonomicznych oraz w utrzymaniu silnej pozycji na krajowym rynku książki.

---

# Bibliografia

---

## Opracowania książkowe

- [1] ANDERSON C.: *Za darmo. Przyszłość najbardziej radykalnej z cen.* Kraków 2011.
- [2] ANTCZAK M.: *Metoda bibliograficzna, statystyczna i porównawcza w badaniach bibliologicznych na przykładzie badań własnych.* W: *Bibliologia: problemy badawcze nauk humanistycznych.* Red. D. KUŹMINA. Warszawa 2007.
- [3] BAŃKOWSKA-BOBER K.: *Statystyka wydawnictw w Polsce. Historia, metodyka i organizacja.* Warszawa 2006
- [4] BIEŃKOWSKA B.: *Książka na przestrzeni dziejów.* Warszawa 2005.
- [5] BŁAŻEJOWA J.: *Papierowa rewolucja. Z dziejów drugiego obiegu w Polsce 1976-1989/1990.* Warszawa 2010. Warszawa 2010.
- [6] BROMBERG A.: *Książki i wydawcy. Ruch wydawniczy w Polsce Ludowej w latach 1944-1964.* Warszawa 1966.
- [7] CYBULSKI R.: *Książka współczesna.* Warszawa 1986.
- [8] CZERWIŃSKI M.: *System książki.* Warszawa 1976.
- [9] *Encyklopedia wiedzy o książce.* Red. A. BIRKENMAJER, B. KOCOWSKI, J. TRZY-NADLOWSKI. Wrocław 1971.
- [10] FROŁOW J.: *Raport o książce katolickiej.* Warszawa 2001.

- [11] FROŁOW K.: *Public Relations na rynku książki. Warszawa 2007.*
- [12] FROŁOW K.: *Jak wypromowano bestseller. Warszawa 2006.*
- [13] FROŁOW J.: *Wydawnictwa katolickie w Polsce 2003. Warszawa 2003.*
- [14] FROŁOW K., WOLAK J.: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005. Warszawa 2005.*
- [15] FROŁOW K., WOLAK J.: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007. Warszawa 2007.*
- [16] FROŁOW K., WOLAK J.: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2009. Warszawa 2009.*
- [17] GOŁĘBIEWSKI Ł., FROŁOW K.: *Rynek książki w Polsce 2008. Wydawnictwa. Warszawa 2008.*
- [18] GOŁĘBIEWSKI Ł.: *Rynek książki w Polsce 2002. Warszawa 2002.*
- [19] GOŁĘBIEWSKI Ł.: *Rynek książki w Polsce 2007. Dystrybucja. Warszawa 2007.*
- [20] GÓRAL J.: *Wydawnictwa i prasa katolicka. W: Kościół katolicki w Polsce 1918-1990. Rocznik statystyczny. Red. L. ADAMCZUK, W. ZDANIEWICZ. Warszawa 1991, s. 288-303.*
- [21] JANOWSKI P.: *Pax. W: Encyklopedia katolicka. T. 15. Lublin 2011, kol. 167-170.*
- [22] JASIŃSKA-WOJTKOWSKA M.: *Problemy identyfikacji religijności dzieła literackiego. W: Sacrum w literaturze. Red. J. GOTFRYD, M. JASIŃSKA-WOJTKOWSKA, S. SAWICKI. Lublin 1983.*
- [23] KALETA K.: *Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie. Historia i terażniejszość. Warszawa 2005.*
- [24] KITRASIEWICZ P., GOŁĘBIEWSKI Ł.: *Rynek książki w Polsce 1944-1989. Warszawa 2005.*
- [25] *Komu służył PAX. Materiały z sympozjum „Od PAXu do Civitas Christiana” 30-31 stycznia 2008 roku. Red. S. BOBER. Warszawa 2008.*
- [26] KONDEK A.S.: *Zagadnienia wydawnicze i księgarskie. Warszawa 2010.*
- [27] KONDEK S.: *Władza i wydawcy. Polityczne uwarunkowania produkcji książek w Polsce w latach 1944-1949. Warszawa 1993.*

- [28] KOROTAJOWA K.: *Drukarnie zakonne*. W: *Encyklopedia katolicka*. Red. R. ŁUKASZCZYK. Lublin 1983.
- [29] KOSMANOWA B.: *Książka i jej czytelnicy w dawnej Polsce*. Warszawa 1981.
- [30] *Kościół katolicki w Polsce 1945-1982*. Red. W. ZDANIEWICZ. Poznań [i in.] 1982.
- [31] KOTLER P.: *Marketing*. Poznań 2005.
- [32] KRZYWICKA M.: *W poszukiwaniu czytelnika. Targi książki, kiermasze i jarmarki jako forma promocji literatury*. W: *Dokąd zmierzamy? Książka i jej czytelnik*. Red. R. GAZIŃSKI. Szczecin 2008, s. 79-88.
- [33] KUCZEWSKA L.: *Przygotowanie do działalności usługowej. Marketing usług*. Warszawa 2004.
- [34] MALECZYŃSKA K.: *Historia książki i jej funkcji społecznej*. Wrocław 1987.
- [35] MALECZYŃSKA K.: *Książki i biblioteki w Polsce okresu zaborów*. Wrocław 1987.
- [36] MARIAŃSKI J.: *Kościół katolicki w Polsce a środki społecznego przekazu*. W: *Kościół i religijność Polaków 1945-1999*. Red. W. ZDANIEWICZ, T. ZEMBRZUSKI. Warszawa, s. 45-58.
- [37] MICHALSKI E.: *Marketing*. Warszawa 2003.
- [38] MIGOŃ K.: *Bibliologia wśród innych nauk. Koncepcje, realizacje, perspektywy*. W: *Bibliologia: problemy badawcze nauk humanistycznych*. Red. D. KUŹMINA. Warszawa 2007.
- [39] OPIELA S.: *Funkcja informacyjna prasy i książki katolickiej*. W: *Prasa i książka religijna: materiały z IV Warmińskich Dni Duszpasterskich: Olsztyn 1987.08.27-29*. Olsztyn 1990, s. 153-157.
- [40] PIROŻYŃSKI M., SZCZĘCH S.: *Rocznik statystyczny Kościoła katolickiego w Polsce. Rok pierwszy 1937*. Lublin 1938.
- [41] PLIS J.: *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film 1918-1939*. Lublin 2001.
- [42] *Podstawy marketingu*. Red. J. ALTKORN. Kraków 2003.
- [43] *Prasa i książka religijna: materiały z IV Warmińskich Dni Duszpasterskich: Olsztyn 1987.08.27-29*. Olsztyn 1990.

- [44] *Religia. Encyklopedia PWN*. Tom 4. Red. T. GADACZ, B. MILERSKI. Warszawa 2001.
- [45] ROMUALD N.: *Akcja Katolicka*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 1. Lublin 1973.
- [46] RYSZKA C.: *Milczący obecny. I inne szkice o pisarzach katolickich*. Katowice 1984.
- [47] RYSZKA C.: *Na tropach Boga. Przygoda z literaturą XX wieku*. Kraków 1999.
- [48] SAWICKI S.: *Z pogranicza literatury i religii*. Lublin 1978.
- [49] SEIBERT J.: *Leksykon sztuki chrześcijańskiej. Tematy, postacie, symbole*. Kielce 2007.
- [50] SISKIND B.: *Marketing wystawienniczy*. Kraków 2006.
- [51] SKWIERCZYŃSKI Z.: *Stowarzyszenie Wydawców Katolickich*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 8. Lublin 2000, kol. 1135-1136.
- [52] *Słownik wydawcy*. Red. B. KALISZ. Warszawa 1997.
- [53] SPYRA Z.: *Kanały dystrybucji. Kształtowanie relacji*. Warszawa 2008.
- [54] SZUCKI T.: *Encyklopedia marketingu*. Warszawa 1998.
- [55] ŚWIĘS K.: *Katolickie Towarzystwo Wydawnicze*. W: *Encyklopedia katolicka*. T. 8. Lublin 2000, kol. 1136.
- [56] ŚWITAŁA M.: *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*. Warszawa 2005.
- [57] UNDERHILL P.: *Dlaczego kupujemy*. Warszawa 2001.
- [58] WARZĄCHOWSKA B.: *Książka, prasa i biblioteka w działalności Kościoła katolickiego w województwie śląskim (1922-1939)*. Katowice 2012.
- [59] *Wielki Słownik wyrazów obcych PWN*. Pod red. M. BAŃKO. Warszawa 2005.
- [60] *Współczesne polskie księgarstwo. Mały słownik encyklopedyczny*. Wrocław 1981.
- [61] *Wydawnictwo WAM 1972-1997. Historia, bibliografia*. Red. Z. WILKOSZ, L. GRZEBIEŃ SJ. Kraków 1997.
- [62] *XVI Targi Wydawców Katolickich. Katalog targowy*. Warszawa 7-9 maja 2010 r.



## Artykuły

- [1] A.L.S.: *Wydawcy dzieł katolickich*. „Polski Przewodnik Katolicki” 1927, R. 1, s. 409-411.
- [2] BAŃKOWSKA-BOBER K.: *Statystyka produkcji wydawniczej*. „Biuletyn Informacyjny Biblioteki Narodowej” 2000, nr 1/2, s. 26-30.
- [3] BONIECKI A.: *„Imprimatur” watykańska Instrukcja o zasadach i procedurze udzielania aprobaty kościelnej w środkach przekazu*. „Tygodnik Powszechny” 1992, nr 28, s. 2.
- [4] DYCZEWSKI L.: *Działalność wydawnicza Kościoła katolickiego w Polsce międzywojennej*. „Homo Dei” 1927, R. 41, s. 289-294.
- [5] FROŁOW K.: *Targi Książki w Polsce: Analizy, porównania, szacunki... cz. 1*. „Biblioteka Analiz” 2005, nr 1, 14-17.
- [6] FROŁOW K.: *Udział w targach – rzecz pomijana. Kurs public relations – cz. 16*. „Biblioteka Analiz” 2007, nr 1, s. 23.
- [7] GOŁĘBIEWSKI Ł.: *Przed sezonem targowym. Do poczytania*. „Biblioteka Analiz” 2007, nr 1, s. 22.
- [8] JAŚKIEWICZ K.R.: *Sponsorzy z alergią na słowo katolicki*. Rozmowa z ks. Markiem Otolskim „Notes Wydawniczy” 2004, nr 4, s. 16-22.
- [9] MENDRUŃ R.: *Biblia bestsellerem wszechczasów*. „Magazyn Literacki Książki” 2002, nr 3, s. 5-7.
- [10] MERGLER L.: *Przewodniki po górach książek. Nagrody literackie*. „Biblioteka Analiz” 2005, nr 1, s. 17-21.
- [11] MUC A.: *V kiermasz wydawców katolickich. Katowice 29-30 maja 2009 roku*. „Bibliotheca Nostra” 2009, nr 2, s. 122-124.
- [12] MUC A.: *Majowe święto Książki*. „Gazeta Uniwersytecka” (Katowice) 2011, nr 9, s. 22-23.
- [13] *Nie zginąć w tłumie. Rozmowa z ks. Henrykiem Pietrasem SJ, dyrektorem Wydawnictwa WAM* „Gość Niedzielny” 1997, nr 16, dodatek: Tygodnik Archidiecezji Warszawskiej „Przegląd Katolicki” 1997, nr 16, s. 15.

- [14] *Po co są media katolickie?* „Gość Niedzielny” 2002, nr 9, dodatek: Azymut 2002, nr 3, s. 3.
- [15] SZMIGIELSKI J.: *Prasa i wydawnictwa (kilka uwag o katolickim ruchu wydawniczym)*. „Polski Przewodnik Katolicki” 1927, R. 1, s. 285-396.
- [16] TOBERA M.: *Początki transformacji polskiego rynku książki. Rekonstrukcja najważniejszych wydarzeń z lat 1989-1995 (część pierwsza)*. „Przegląd Biblioteczny” 2010, z. 3, s. 285-302.
- [17] WARZĄCHOWSKA B.: *Wystawy kiermasze, książki - książki do nas czy my do książek*. „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 2004, nr 1/2, s. 90-92.
- [18] WASZCZYK P.: *Nowe miejsce, nowa szansa*. „Biblioteka Analiz” 2010, nr 7, s. 1.

## Źródła internetowe

- [1] Allegro: Hurtownia Rhema. Dostępny w Internecie: [http://allegro.pl/sklep/5992723\\_rhema](http://allegro.pl/sklep/5992723_rhema). [Data dostępu: 16.04.2013].
- [2] Archidiecezjalna Księgarnia św. Jerzego w Białymstoku: Sklep internetowy. Dostępny w Internecie: <http://www.ksiegarnia-katolicka.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [3] Benedicite: Sklep internetowy. Dostępny w Internecie: <http://www.benedicite.pl/>. [Data dostępu: 15.04.2013].
- [4] eKAI: Kultura. Dostępny w Internecie: <http://ekai.pl/kultura/ksiazki/> [data dostępu: 18.06.2013].
- [5] Emmanuel. Dostępny w Internecie: <http://emmanuel.pl/> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [6] Emmanuel: Sklep Internetowy. Dostępny Internecie: [sklep.emmanuel.pl](http://sklep.emmanuel.pl) [Data dostępu: 10.04.2013].
- [7] Facebook: Langusta Na Palmie [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <https://www.facebook.com/LangustaNaPalmie> [Data dostępu: 8.05.2013].
- [8] FROŁOW K.: *Z konieczności czynić cnotę: Rozmowa z Danutą Skórą – dyrektorem i członkiem zarządu oraz Henrykiem Woźniakowskim – prezesem Społecznego Instytutu Wydawniczego Znak*. „Biblioteka Analiz” 2009, Nr 243. Dostępny w Internecie: [http://rynek-ksiazki.pl/-biblioteka-analiz\\_1/wydanie\\_203/z-koniecznosciczynic-cnote\\_19465.html](http://rynek-ksiazki.pl/-biblioteka-analiz_1/wydanie_203/z-koniecznosciczynic-cnote_19465.html) [data dostępu: 07.01.2014].
- [9] Fundacja „Nasza Przyszłość”. Dostępny w Internecie: <http://www.fnp.pl/> [Data dostępu: 19.02.2014].
- [10] Fundacja im. Ks. Janusza Pasierba. Dostępny w Internecie: <http://www.grudziadz.kik.opoka.org.pl/fundacja.html> [Data dostępu: 11.06.2010].
- [11] Fundacja Rozwoju KUL: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://www.kul.lublin.pl/ksiegarnia> [Data dostępu: 15.04.2013].

- [12] *Gloria24.pl przejęła Prodoks* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/19991/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 15.10.2009]
- [13] *Gloria24.pl przejęła Prodoks* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/19991/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [14] Internetowa Księgarnia Akademicka [on-line]. [Data dostępu: 15.04.2013]. Dostępny w World Wide Web: [www.ika.org.pl](http://www.ika.org.pl).
- [15] Internetowa Księgarnia Katolicka – „Księgarnia Maryja”. Dostępny w Internecie: <http://ksiegarniamaryja.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [16] Internetowa Księgarnia Katolicka Sanctus. Dostępny w Internecie: <http://sanctus.com.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [17] JW: *Wydawnictwo M – 15 lat na rynku* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/14525/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 24.09.2009].
- [18] Katalog Prodoks [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: [http://prodoks.pl/katalogdruk\\_mini.php](http://prodoks.pl/katalogdruk_mini.php) [Data dostępu: 11.04.2013].
- [19] Katolicki Sklep Internetowy [liturgiczny.pl](http://www.liturgiczny.pl/). Dostępny w Internecie: <http://www.liturgiczny.pl/> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [20] Katolicki Uniwersytet Lubelski. Dostępny w Internecie: <http://www.kul.pl/wystawy,11549.html> [Data dostępu: 18.06.2011].
- [21] KG: *Prodoks w Internecie* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/10707/cat/SEKA.html> [Data dostępu: 15.10.2009]
- [22] Kiermasz Książki Katolickiej w Katowicach. Dostępny w Internecie: <http://www.kiermasz.ksj.pl/> [Data dostępu: 22.04.2013].
- [23] KIERNICKI B.: Temat: Klub Książki Katolickiej [Dokument elektroniczny]. Do Joanna Wróbel. 24.11.2009 [cytowany: 24.11.2009]. Korespondencja osobista.

- [24] Konferencja prasowa z okazji wydania książki Benedykta XVI „Myśli o Słowie Bożym”. [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wydawnictwoespe.blogspot.com/2008/12/konferencja-prasowa.html>, <http://wydawnictwoespe.blogspot.com/2008/12/konferencja-prasowa-cz-2.html> [Data dostępu: 29.06.2010].
- [25] *Książka w życiu codziennym Polaków – raport z dn. 18.09.1998* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://badanie.cbos.pl/details.asp?q=a1&id=1996> [Data dostępu: 5.04.2011].
- [26] Księgarnia Ichtis. Dostępny w Internecie: <http://ichtis.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [27] Księgarnia internetowa Fundacji „Nasza Przyszłość”. Dostępny w Internecie: <http://www.splendor24.pl/> [Data dostępu: 19.02.2014].
- [28] Księgarnia Katolicka. Dostępny w Internecie: <http://www.ksiegarniakatolicka.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [29] Księgarnia Mateusza. Dostępny w Internecie: <http://kmt.pl/> [Data dostępu: 15.10.2013].
- [30] Księgarnia Opoka. Dostępny w Internecie: <http://ksiegarnia.opoka.org.pl/> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [31] Księgarnia Przystanek Jezus. Dostępny w Internecie: <http://www.przystanekjesus.pl/ksiegarnia> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [32] Księgarnia Religijna. Dostępny w Internecie: <http://ksiegiareligijna.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [33] Księgarnia religijna.pl. Dostępny w Internecie: <http://www.religijna.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [34] KUBICA A.: *Hurtownia książek katolickich Źródło. Rozmowa z Andrzejem Grzybem* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/11303/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 23.09.2009].
- [35] Langusta Na Palmie. Dostępny w Internecie: <http://www.langustanapalmie.pl/> [Data dostępu: 8.05.2013].

- [36] MD: *Rozpoczęły się I Krakowskie Targi Książki Katolickiej.* eKAI.pl [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://ekai.pl/wydarzenia/x12476/rozpoczely-sie-i-krakowskie-targi-ksiazki-katolickiej> [Data dostępu: 22.04.2013].
- [37] MD: *Kraków: zakończyły się I Targi Książki Katolickiej.* eKAI.pl [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://ekai.pl/wydarzenia/x12485/krakow-zakonczyly-sie-i-targi-ksiazki-katolickiej> [Data dostępu: 22.04.2013].
- [38] Metropolitarne Święto Rodziny. Dostępny w Internecie: <http://www.swietorodziny.pl>. [Data dostępu: 22.04.2013].
- [39] Moje Książki: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://mojeksiazki.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [40] Nagroda im. ks. Jana Twardowskiego (Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza). Dostępny w Internecie: <http://www.lsw.pl/k.htm> [Data dostępu: 09.06.2010].
- [41] Nagroda im. ks. Jana Twardowskiego (Wydawnictwo Święty Wojciech). Dostępny w Internecie: [http://ksiegarnia.diksw.pl/poznan/pg/pl/informacje\\_biezace/konkurs\\_poetyck\\_i\\_im\\_ks.html](http://ksiegarnia.diksw.pl/poznan/pg/pl/informacje_biezace/konkurs_poetyck_i_im_ks.html) [Data dostępu: 09.06.2010].
- [42] Nagroda Totus. Dostępny w Internecie: <http://dzielo.pl/pl/strona/140/nagrody-totus> [Data dostępu: 17.04.2013].
- [43] Nagroda Wielka Fundacji Kultury. Dostępny w Internecie: [http://www.fundajakultury.pl/104,Nagroda\\_Wielka\\_Fundacji\\_Kultury.htm](http://www.fundajakultury.pl/104,Nagroda_Wielka_Fundacji_Kultury.htm) [Data dostępu: 08.06.2010].
- [44] Nagroda Znaku i Hestii imienia księdza Józefa Tischnera. Dostępny w Internecie: <http://nagrodatischnera.pl/o-nagrodzie> [Data dostępu: 15.06.2010].
- [45] *Nowa książka papieża „Pamięć i tożsamość”.* W: „Niedziela” [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: [http://www.niedziela.pl/artukul\\_w\\_niedzieli.php?doc=nd200511&nr=9](http://www.niedziela.pl/artukul_w_niedzieli.php?doc=nd200511&nr=9) [Data dostępu: 01.07.2010].
- [46] NOWICKI W.: *Bestseller wszechczasów.* „Przewodnik Katolicki” 2008, nr 37 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.przk.pl/?page=nr&nr=462&cat=85&art=20561> [Data dostępu: 05.07.2011].

- [47] *O różnych aspektach czytania książek – raport z dn. 3.09.2007* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://badanie.cbos.pl/details.asp?q=a1&id=3794> [Data dostępu: 5.04.2011].
- [48] PIOTROWSKI P.: Temat: Udzielanie imprimatur [on-line]. Do J. Wróbel. 21.08.2007 [cytowany 20 września 2007]. Korespondencja osobista.
- [49] *Podsumowanie XII Targów Wydawców Katolickich 21-23 kwietnia 2006 - komunikat organizatorów*. Dostępny w Internecie: <http://www.książka.net.pl/?id=archiwum09&uid=7087> [Data dostępu: 24.02.2014].
- [50] Portal wirtualnywydawca.pl. Dostępny w Internecie: [wirtualnywydawca.pl](http://wirtualnywydawca.pl) [Data dostępu: 5.04.2011].
- [51] Pracownia Badań Czytelnictwa. Dostępny w Internecie: <http://www.bn.org.pl/o-bn/struktura/instytuty/instytut-ksiazki-i-czytelnictwa/pracownia-badan-czytelnictwa> [Data dostępu: 19.04.2013].
- [52] Prodoks. Dostępny w Internecie: <http://prodoks.pl/> [Data dostępu: 10.04.2013].
- [53] Ranking książek najchętniej kupowanych w ostatnich tygodniach przez czytelników strony <http://www.opusdei.pl/> (1-31.03.2013) [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.opusdei.pl/art.php?p=52940> [Data dostępu: 18.04.2013]
- [54] Regulamin Nagrody Stowarzyszenia Wydawców Katolickich FENIKS 2013 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: [http://swk.pl/wp-content/uploads/2007/02/Feniks\\_regulamin.pdf](http://swk.pl/wp-content/uploads/2007/02/Feniks_regulamin.pdf) [Data dostępu: 17.04.2013].
- [55] Rhema. Dostępny w Internecie: <http://www.rhema.pl/> [Data dostępu: 10.04.2013].
- [56] Rodzinna Księgarnia Katolicka. Dostępny w Internecie: <http://catholicus.pl> [Data dostępu: 16.04.2013].
- [57] Rok kapłański. Dostępny w Internecie: <http://rokkaplanski.niedziela.pl> [Data dostępu: 23.05.2011].
- [58] SEROKA A.: Temat: Książki wydawców religijnych/głównie katolickich/ [on-line]. Do Joanna Wróbel. 19.09.2011 [cytowany 09 styczeń 2014]. Korespondencja osobista.

- [59] Serwis katechetyczny Wydawnictwa WAM. Dostępny w Internecie: <http://katecheza.wydawnictwowam.pl> [Data dostępu: 23.05.2011].
- [60] Statut Stowarzyszenia Wydawców Katolickich (stan na 10 października 2005) [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://swk.pl/stowarzyszenie/statut/> [Data dostępu: 08.04.2013].
- [61] Święty Paweł Apostoł. Dostępny w Internecie: <http://www.swietypawel.pl> [Data dostępu: 23.05.2011]; Rok Świętego Pawła. Dostępny w Internecie: <http://swpawel.niedziela.pl> [Data dostępu: 23.05.2011].
- [62] Twitter: Langusta Na Palmie. Dostępny w Internecie: <https://twitter.com/LangustaPalmowa> [Data dostępu: 8.05.2013].
- [63] WŁODARCZYK J.: *Wkrótce ta firma będzie wiodącą na rynku* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15608/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 15.10.2009]
- [64] WŁODARCZYK M.: *„Część klientów zwraca uwagę na Imprimatur, szczególnie jeżeli książka dotyczy prawd wiary katolickiej”* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15525/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 21.10.2009].
- [65] WŁODARCZYK M.: *Hurtownia Źródło – już 12 lat działalności.* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15788/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 23.09.2009].
- [66] WŁODARCZYK M.: *Jak zaistnieć i rozwinąć skrzydła na hermetycznym rynku książek katolickich?* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15614/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 22.09.2009].
- [67] WRÓBEL J.: *Rola i znaczenie imprimatur w procesie wydawniczym książki katolickiej – wybrane problemy.* „Biuletyn EBIB” 2007, Nr 10 (91). Dostępny w Internecie: <http://www.nowyebib.info/2007/91/a.php?wrobel> [data dostępu: 18.06.2013].



- [68] *Wydawnictwo Księży Marianów – podsumowanie roku 2005* [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://wirtualnywydawca.pl/a/showitem/id/15947/cat/RZRP.html> [Data dostępu: 24.09.2009].
- [69] Wydawnictwo KUL: Księgarnia. Dostępny w Internecie: <http://wydawnictwo.kul.lublin.pl/sklep> [Data dostępu: 15.04.2013].
- [70] Wydawnictwo Święty Wojciech: Dla katechetów Dostępny w Internecie: [http://www.ksw.com.pl/pl/dla\\_katechetow.html](http://www.ksw.com.pl/pl/dla_katechetow.html) [Data dostępu: 23.05.2011].
- [71] Wydawnictwo WAM: Księgarnia internetowa. Dostępny w Internecie: <http://e.wydawnictwowam.pl/> [Data dostępu: 15.04.2013].
- [72] Zapis czatu z ks. bp. Janem Szkodoniem, 17.12.2007. [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.salwator.com/?d=start,news,549,178,0,1> [Data dostępu: 24.06.2010].
- [73] Zapis czatu z ks. prof. Kazimierzem Panusiem, 11.12.2007. [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.salwator.com/?d=start,news,548,178,0,0> [Data dostępu: 24.06.2010].
- [74] Zapis czatu z ks. prof. Tomaszem Jelonkiem, 28.11.2007 [Dokument elektroniczny]. Dostępny w Internecie: <http://www.salwator.com/?d=start,news,547,178,0,1> [Data dostępu: 24.06.2010].

---

## Spis ilustracji, tabel, wykresów

---

### Spis ilustracji

**Rysunek 1.** Źródła do bazy wydawców książki katolickiej

**Rysunek 2.** Oferta według działów księgarni katolickiej Rhema

**Rysunek 3.** Aspekty promocji książki

**Rysunek 4.** Budowanie strategii promocji

**Zdjęcie 1.** Plakat informujący o XIII Kiermaszu Wydawców Katolickich

**Zdjęcie 2.** Statuetka FENIKSA

**Zdjęcie 3.** Plakat informujący o prezentacji książki wydawnictwa Biały Kruk

**Zdjęcie 4.** Logo Dni Tischnerowskich

**Zdjęcie 5.** Plakat promujący Strefę Tischnera

## Spis tabel

**Tabela 1.** Książki według treści: Religia. Teologia – Tytuły

**Tabela 2.** Książki według treści: Religia. Teologia – Egzemplarze w tysiącach

**Tabela 3.** Książki według kraju pochodzenia: Religia. Teologia – Tytuły

**Tabela 4.** Książki według kraju pochodzenia: Religia. Teologia – Egzemplarze w tysiącach

**Tabela 5.** Książki z podziałem na oryginalne i tłumaczenia: Religia. Teologia – Tytuły i Egzemplarze w tysiącach

**Tabela 6.** Tłumaczenia na język polski: Religia. Teologia – Tytuły

**Tabela 7.** Książki naukowe według treści: Religia. Teologia – Tytuły i Egzemplarze w tysiącach

**Tabela 8.** Książki popularne ogólne według treści: Religia. Teologia – Tytuły

**Tabela 9.** Liczba i nakłady tytułów w latach 1944-1961

**Tabela 10.** Działalność wydawnicza wybranych wydawnictw katolickich (1980-1989)

**Tabela 11.** Książki wydane przez 5 wybranych wydawnictw katolickich w 1989 r. według rodzajów

**Tabela 12.** Podział pod względem wielkości obrotów wydawnictw katolickich w wybranych latach

**Tabela 13.** Segmentacja sprzedaży książek według kanałów dystrybucji dla lat 2002, 2004, 2006, 2008 (w punktach procentowych)

**Tabela 14.** Podstawowe dane o Kiermaszu Wydawców Katolickich w Katowicach (2005-2013)

**Tabela 15.** Liczba tytułów wydawców książki katolickiej na liście bestsellerów A. Rostockiego

**Tabela 16.** Bestsellery Księgarni Katolickiej Rhema za 28.01-11.02.11

## Spis wykresów

**Wykres 1.** Książki według treści: Religia. Teologia – Tytuły

**Wykres 2.** Książki popularne ogólne według treści: Religia. Teologia – Tytuły

**Wykres 3.** Liczba tytułów w podgrupie *Biblia, modlitewniki* w latach 1997-2011

**Wykres 4.** Liczba wystawców podczas Targów Wydawców Katolickich w Warszawie w latach 1995-2013

---

Aneks

Spis wydawców książki katolickiej w Polsce

---

## Wydawnictwa diecezjalne i seminaryjne

Lp.	Nazwa	Rok powstania	Miejscowość	Strona WWW	Uwagi
1	Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie	1986	Łódź	<a href="http://archidiecezja.lodz.pl/wydawnictwo">http://archidiecezja.lodz.pl/wydawnictwo</a>	
2	Częstochowski Wydawnictwo Archidiecezjalne Regina Poloniae		Częstochowa	<a href="http://www.cwa.com.pl/">http://www.cwa.com.pl/</a>	
3	Księgarnia Św. Jacka	1925	Katowice	<a href="http://www.ksj.pl/">http://www.ksj.pl/</a>	
4	Płocki Instytut Wydawniczy	1958	Płock	<a href="http://www.wydawnictwo.plock.pl/">http://www.wydawnictwo.plock.pl/</a>	Wydawnictwo Diecezji Płockiej
5	Prymasowskie Wydawnictwo GAUDENTINUM	2007	Gniezno	<a href="http://www.gaudentinum.pl/">http://www.gaudentinum.pl/</a>	Kontynuuje tradycje wydawnictwa archidiecezjalnego powołanego w 1989 r. przez kard. Józefa Glempa
6	Szczecińskie Wydawnictwo Archidiecezjalne "Ottonianum"		Szczecin	<a href="http://www.szczecin.kuria.pl/">http://www.szczecin.kuria.pl/</a>	
7	TUM Wydawnictwo Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej	1969	Wrocław	<a href="http://wydawnictwo.archidiecezja.wroc.pl/">http://wydawnictwo.archidiecezja.wroc.pl/</a>	
8	TWD Toruńskie Wydawnictwo Diecezjalne		Toruń	<a href="http://www.wydawnictwo.diecezja.torun.pl/">http://www.wydawnictwo.diecezja.torun.pl/</a>	
9	Warmińskie Wydawnictwo Diecezjalne	1959	Olsztyn	<a href="http://www.wwd.enet.pl/">http://www.wwd.enet.pl/</a>	
10	Włocławskie Wydawnictwo Diecezjalne	1989	Włocławek	<a href="http://www.wwd.diecezja.wloclawek.pl/">http://www.wwd.diecezja.wloclawek.pl/</a>	
11	Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej "Gaudium"	1976	Lublin	<a href="http://www.gaudium.pl/">http://www.gaudium.pl/</a>	Dawniej Lubelskie Wydawnictwo Diecezjalne (od 1992 Archidiecezjalne, od 1999 "Gaudium")
12	Wydawnictwo Archidiecezji Przemyskiej		Przemyśl	<a href="http://www.przemyska.pl/duszp/start.php?go=diecezja/institucje">http://www.przemyska.pl/duszp/start.php?go=diecezja/institucje</a>	
13	Wydawnictwo Archidiecezji Warszawskiej	1983	Warszawa	<a href="http://www.waw.waw.pl/">http://www.waw.waw.pl/</a>	
14	Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu	1919	Sandomierz	<a href="http://www.wds.pl/">http://www.wds.pl/</a>	
15	Wydawnictwo Diecezji Elckiej „Adalbertinum”	2006	Elk	<a href="http://www.cod.diecezja.elk.pl">http://www.cod.diecezja.elk.pl</a>	Poligrafia Centrum Oświatowo Dydaktycznego w Elku, Wydawnictwo Adalbertinum
16	Wydawnictwo Diecezji Pelplińskiej "Bernardinum"	1998	Pelplin	<a href="http://www.bernardinum.com.pl/">http://www.bernardinum.com.pl/</a>	Powstałe w skutek połączenia Wydawnictwa Diecezjalnego (1987) z Wydawnictwem Wyższego Seminarium Duchownego "Bernardinum" (1993)
17	Wydawnictwo Diecezji Radomskiej "AVE"		Radom	<a href="http://www.diecezja.radom.pl/parafia?&amp;view=institucjes&amp;cid%5B%5D=33">http://www.diecezja.radom.pl/parafia?&amp;view=institucjes&amp;cid%5B%5D=33</a>	
18	Wydawnictwo Diecezji Siedleckiej UNITAS	2007	Siedlce	<a href="http://www.wydawnictwo-unitas.pl/">http://www.wydawnictwo-unitas.pl/</a>	
19	Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej BIBLOS	1990	Tarnów	<a href="http://www.biblos.pl/">http://www.biblos.pl/</a>	
20	Wydawnictwo Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej Vers		Zielona Góra	<a href="http://wydawnictwo.kuria.zg.pl">http://wydawnictwo.kuria.zg.pl</a>	
21	Wydawnictwo Duszpasterstwa Rolników	1990	Włocławek	<a href="http://www.wydawnictwodr.pl/">http://www.wydawnictwodr.pl/</a>	
22	Wydawnictwo i Drukarnia Diecezji Rzeszowskiej Bonus Liber Sp. z o.o.	1993	Rzeszów	<a href="http://www.bonusliber.pl">http://www.bonusliber.pl</a>	Poligrafia Wyższego Seminarium Duchownego w Rzeszowie (1993), Wydawnictwo Diecezji Rzeszowskiej (1997), Bonus Liber (2008)
23	Wydawnictwo i Drukarnia Świętego Krzyża	1946	Opole	<a href="http://www.wydawnictwo.opole.pl/">http://www.wydawnictwo.opole.pl/</a>	
24	Wydawnictwo Łomżyńskiej Kurii Diecezjalnej		Łomża		
25	Wydawnictwo Św. Stanisława BM Archidiecezji Krakowskiej	1974	Kraków	<a href="http://www.stanislawbm.pl/wydawnictwo">http://www.stanislawbm.pl/wydawnictwo</a>	
26	Wydawnictwo Święty Wojciech	1895	Poznań	<a href="http://www.swietywojciech.pl">http://www.swietywojciech.pl</a>	Poprzednia nazwa Drukarnia i Księgarnia Św. Wojciecha Sp. z o.o.

## Wydawnictwa zakonne

Lp.	Nazwa	Rok powstania	Miejscowość	WWW
1	Apostolicum (Wydawnictwo Księży Pallotynów - Prowincji Chrystusa Króla)	1993	Ząbki k. Warszawy	<a href="http://www.apostolicum.pl/shop/wydawnictwo.html">http://www.apostolicum.pl/shop/wydawnictwo.html</a>
2	Archikonfraternia Literacka Niepokalanego Poczęcia Najświętszej Maryi Panny	2009	Warszawa	<a href="http://www.akl.waw.pl/">http://www.akl.waw.pl/</a>
3	CALVARIANUM Wydawnictwo oo. Bernardynów	1971	Kalwaria Zebrzydowska	<a href="http://www.calvarianum.pl/">http://www.calvarianum.pl/</a>
4	Edycja Św. Pawła	1992	Częstochowa	<a href="http://www.edycja.pl/">http://www.edycja.pl/</a>
5	Flos Carmeli Wydawnictwo Warszawskiej Prowincji Karmelitów Bosych	1999	Poznań	<a href="http://www.floscarmeli.pl">http://www.floscarmeli.pl</a>
6	Franciszkańskie Wydawnictwo św. Antoniego Prowincji św. Jadwigi Zakonu Braci Mniejszych	1922	Wrocław	<a href="http://www.antonio.pl/">http://www.antonio.pl/</a>
7	Ośrodek Apostolstwa Trzeźwości (Zakon Braci Mniejszych Kapucynów Prowincji Warszawskiej)		Zakroczym	<a href="http://www.oat.com.pl/">http://www.oat.com.pl/</a>
8	Pallottinum (Wydawnictwo Księży Pallotynów - Prowincji Zwiastowania Pańskiego)	1948	Poznań	<a href="http://www.pallottinum.pl/">http://www.pallottinum.pl/</a>
9	POMOC Wydawnictwo Misjonarzy Krwi Chrystusa	1998	Częstochowa	<a href="http://www.wydawnictwo.cpps.pl/">http://www.wydawnictwo.cpps.pl/</a>
10	PROMIC Wydawnictwo Księży Marianów	1987	Warszawa	<a href="http://www.wydawnictwo.pl/">http://www.wydawnictwo.pl/</a>
11	Verbinum Wydawnictwo Księży Werbistów	1982	Warszawa	<a href="http://www.verbinum.pl/">http://www.verbinum.pl/</a>
12	Wydawnictwo "Cor Apertum"		Łomianki	<a href="http://www.ssc.pl/">http://www.ssc.pl/</a>
13	Wydawnictwo "Paulinianum"		Częstochowa	<a href="http://www.jasnagora.com/paulinianum.php">http://www.jasnagora.com/paulinianum.php</a>
14	Wydawnictwo „Homo Dei” (Wydawnictwo Redemptorystów)	1993	Kraków	<a href="http://www.homodei.com.pl/">http://www.homodei.com.pl/</a>
15	Wydawnictwo Arcybractwa Straży Honorowej Najświętszego Serca Pana Jezusa		Kraków	<a href="http://www.wizytka.pl/pl/informacje/wydawnictwo">http://www.wizytka.pl/pl/informacje/wydawnictwo</a>
16	Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec	1991	Kraków	<a href="http://www.tyniec.com.pl/">http://www.tyniec.com.pl/</a>
17	Wydawnictwo eSPe Zakonu Pijarów	2000	Kraków	<a href="http://boskieksiadzki.pl">http://boskieksiadzki.pl</a>
18	Wydawnictwo Franciszkanów „Bratni Zew”	1995	Kraków	<a href="http://www.bratnizew.pl/">http://www.bratnizew.pl/</a>
19	Wydawnictwo Fundacja Komisariat Ziemi Świętej	1995	Kraków	<a href="http://www.terrasancta.pl/">http://www.terrasancta.pl/</a>
20	Wydawnictwo i Drukarnia Ojców Franciszkanów Niepokalanów	1927	Teresin	<a href="http://www.wydawnictwo.niepokalanow.pl">http://www.wydawnictwo.niepokalanow.pl</a>
21	Wydawnictwo i Poligrafia Kurii Prowincjonalnej Zakonu Pijarów	1992	Kraków	
22	Wydawnictwo Instytutu Teologicznego Księży Misjonarzy	1987	Kraków	<a href="http://www.witkm.pl/">http://www.witkm.pl/</a>
23	Wydawnictwo Karmelitów Bosych	1927	Kraków	<a href="http://www.wkb-krakow.pl">http://www.wkb-krakow.pl</a>
24	Wydawnictwo Księży Sercanów DEHON	1994	Kraków	<a href="http://wydawnictwo.net.pl/">http://wydawnictwo.net.pl/</a>
25	Wydawnictwo La Salette Księży Misjonarzy Saletynów	1995	Kraków	<a href="http://wydawnictwo.saletyni.pl/">http://wydawnictwo.saletyni.pl/</a>
26	Wydawnictwo "Michalineum"	1910	Marki	<a href="http://www.michalineum.pl/">http://www.michalineum.pl/</a>
27	Wydawnictwo Misericordia		Kraków-Łagiewniki	<a href="http://misericordia.faustyna.pl/">http://misericordia.faustyna.pl/</a>
28	Wydawnictwo Misjonarzy Klaretynów "Palabra"		Wrocław	<a href="http://www.palabra.pl/">http://www.palabra.pl/</a>
29	Wydawnictwo Paulistki		Warszawa	<a href="http://www.paulistki.pl/wydawnictwo_zapowiedzi.html">http://www.paulistki.pl/wydawnictwo_zapowiedzi.html</a>
30	Wydawnictwo Polskiej Prowincji Dominikanów W drodze	1981	Poznań	<a href="http://www.wdrodze.pl/">http://www.wdrodze.pl/</a>
31	Wydawnictwo RHETOS (Księża jezuit)	2002	Warszawa	<a href="http://rhetos.istore.pl/">http://rhetos.istore.pl/</a>
32	Wydawnictwo Salezjańskie	1897	Warszawa	<a href="https://www.wydsal.pl/">https://www.wydsal.pl/</a>
33	Wydawnictwo Salwator	1998	Kraków	<a href="http://www.salwator.com/">http://www.salwator.com/</a>
34	Wydawnictwo Serafin (Krakowska Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Kapucynów)	2006	Kraków	<a href="http://www.e-serafin.pl/">http://www.e-serafin.pl/</a>
35	Wydawnictwo Sióstr Loretańskich	1927	Warszawa	<a href="http://www.loretanki.pl/wydawnictwo/">http://www.loretanki.pl/wydawnictwo/</a>
36	Wydawnictwo Sióstr Niepokalanek		Szymanów	<a href="http://www.niepokalanki.pl/index.php?op=publikacje&amp;t=tab1">http://www.niepokalanki.pl/index.php?op=publikacje&amp;t=tab1</a>
37	Wydawnictwo Towarzystwa Chrystusowego Hlondianum	1932	Poznań	<a href="http://www.hlondianum.pl/">http://www.hlondianum.pl/</a>
38	Wydawnictwo WAM Księży Jezuitów	1872	Kraków	<a href="http://www.wydawnictwowam.pl/">http://www.wydawnictwowam.pl/</a>
39	Wydawnictwo Zgromadzenia Zakonnego Małe Dzieło Boskiej Opatrzności - Orioniści Prowincja Polska		Warszawa	<a href="http://www.orionisci.rel.pl">http://www.orionisci.rel.pl</a>
40	Wydawnictwo Zmartwychwstańców "Alleluja"	1998	Kraków	<a href="http://www.alleluja.katolik.pl">http://www.alleluja.katolik.pl</a>



## Wydawnictwa katolickich instytucji naukowych

Lp.	Nazwa	Rok powstania	Miejscowość	WWW	Uwagi
1	Chrześcijański Instytut Biblijny	1984	Warszawa	<a href="http://www.chib.pl/">http://www.chib.pl/</a>	
2	Polskie Towarzystwo Tomasza z Akwinu	1998	Warszawa	<a href="http://ptta.pl">http://ptta.pl</a>	
3	Redakcja Wydawnictw Papieskiego Wydziału Teologicznego we Wrocławiu		Wrocław	<a href="http://www.pwt.wroc.pl/">http://www.pwt.wroc.pl/</a>	
4	Redakcja Wydawnictw Wydziału Teologicznego UAM w Poznaniu		Poznań	<a href="http://150.254.193.77/thfac/abc/index.php">http://150.254.193.77/thfac/abc/index.php</a>	
5	Redakcja Wydawnictw Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Opolskiego		Opole	<a href="http://www.rwwt.uni.opole.pl/">http://www.rwwt.uni.opole.pl/</a>	
6	Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego	1934	Lublin	<a href="http://www.kul.pl/dzialalnosc-wydawnicza,11847.html">http://www.kul.pl/dzialalnosc-wydawnicza,11847.html</a>	
7	Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego	2002	Lublin	<a href="http://www.kul.pl/o-wydawnictwie,12045.html">http://www.kul.pl/o-wydawnictwie,12045.html</a>   <a href="http://wydawnictwo.kul.lublin.pl/sklep/">http://wydawnictwo.kul.lublin.pl/sklep/</a>	Kontynuacja Redakcji Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego (1957-2001)
8	Wydawnictwo Naukowe UPPJP II	1991	Kraków	<a href="http://upjp2.edu.pl/strona/ct5ujhpztt">http://upjp2.edu.pl/strona/ct5ujhpztt</a>	Dawniej Wydawnictwo Papieskiej Akademii Teologicznej
9	Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie	1999	Warszawa	<a href="http://wydawnictwo.uksw.edu.pl/">http://wydawnictwo.uksw.edu.pl/</a>	Kontynuacja Wydawnictwa Akademii Teologii Katolickiej (1954-1999)
10	Wydawnictwo Wyższego Seminarium Duchownego „Hosianum”	1992	Olsztyn	<a href="http://www.hosianum.edu.pl/">http://www.hosianum.edu.pl/</a>	

## Wydawnictwa instytucji kościelnych, stowarzyszeń, ruchów i fundacji

Lp.	Nazwa	Rok powstania	Miejscowość	WWW	Uwagi
1	Akcja Katolicka w Polsce		Warszawa	<a href="http://www.ak.org.pl/main.php?id=6">http://www.ak.org.pl/main.php?id=6</a>	
2	Centrum Myśli Jana Pawła II	2006	Warszawa	<a href="http://www.centrumjp2.pl/">http://www.centrumjp2.pl/</a>	
3	Fundacja "Głos dla Życia"	1991	Poznań	<a href="http://www.prolife.com.pl">http://www.prolife.com.pl</a>	
4	Fundacja "Nasza Przyszłość"	1995	Szczecinek	<a href="http://www.fn.p.pl">http://www.fn.p.pl</a>	
5	Fundacja Mariapoli Wydawnictwo	2002	Warszawa	<a href="http://www.focolare.pl/ksiazki">http://www.focolare.pl/ksiazki</a>	
6	Instytut Dialogu Międzykulturowego im. Jana Pawła II	2009	Kraków	<a href="http://idmjp2.pl/publikacje">http://idmjp2.pl/publikacje</a>	
7	Instytut im. ks. Piotra Skargi	1999	Kraków	<a href="http://www.piotrskarga.pl/">http://www.piotrskarga.pl/</a>	Dział przy Stowarzyszeniu Kultury Chrześcijańskiej im. Ks. Piotra Skargi
8	Instytut Myśli Józefa Tischnera	2003	Kraków	<a href="http://www.tischner.org.pl/">http://www.tischner.org.pl/</a>	
9	Instytut Papieża Jana Pawła II	2006	Warszawa	<a href="http://www.ipjp2.pl/">http://www.ipjp2.pl/</a>	
10	Instytut Wydawniczy PAX	1949	Warszawa	<a href="http://www.iwpax.pl/">http://www.iwpax.pl/</a>	
11	Klub Książki Katolickiej	1998	Poznań	<a href="http://www.religijna.pl/kkk-katalog-klub-ksiazki-katolickiej">http://www.religijna.pl/kkk-katalog-klub-ksiazki-katolickiej</a>	Oferta dostępna w księgarni <a href="http://www.religijna.pl">www.religijna.pl</a>
12	Oficina Wydawnicza W Misji	1991	Wrocław	<a href="http://www.wmisji.pl/">http://www.wmisji.pl/</a>	
13	Ośrodek Odnowy w Duchu Świętym	1994	Łódź	<a href="http://www.odnowa.jezuici.pl/sklep/">http://www.odnowa.jezuici.pl/sklep/</a>	
14	Polskie Towarzystwo Mariologiczne		Częstochowa	<a href="http://ptm.rel.pl/">http://ptm.rel.pl/</a>	
15	Stowarzyszenie "Róża"		Kraków	<a href="http://www.intronizacja.pl/">http://www.intronizacja.pl/</a>	
16	Stowarzyszenie Veni		Szczecin	<a href="http://www.wmu.pl/stowarzyszenie_veni.html">http://www.wmu.pl/stowarzyszenie_veni.html</a>	Główną działalnością Stowarzyszenia jest wydawanie kaset, płyt oraz książek Wspólnoty Miłości Ukrzyżowanej.
17	Wspólnota Przymierza Rodzin "Mamre"		Częstochowa	<a href="http://mamre.pl">http://mamre.pl</a>	
18	Wydawnictwo "Królowa Pokoju"		Kraków	<a href="http://www.krolowa-pokoju.com.pl/wydawnictwo-sklep.html">http://www.krolowa-pokoju.com.pl/wydawnictwo-sklep.html</a>	
19	Wydawnictwo Credo	2002	Katowice	<a href="http://credo.org.pl/">http://credo.org.pl/</a>	
20	Wydawnictwo Fundacja "Pomoc Rodzinie"	1997	Warszawa	<a href="http://oikos.fpr.pl/">http://oikos.fpr.pl/</a>	
21	Wydawnictwo im. Stefana Kardynała Wyszyńskiego "Soli Deo"	1993	Warszawa	<a href="http://wyszynskiprymas.pl/wydawnictwo.html">http://wyszynskiprymas.pl/wydawnictwo.html</a>	Kontynuacja Instytutu Prymasowskiego Ślubów Narodu na Jasnej Górze
22	Wydawnictwo Kairos		Kraków	<a href="http://www.opoka.org.pl/zycie_kosciola/media/kairos/index.html">http://www.opoka.org.pl/zycie_kosciola/media/kairos/index.html</a>	Stowarzyszenie Pomocy Wydawnictwom Katolickim na Ukrainie „Kairos”
23	Wydawnictwo KOINONIA Chrześcijańskiej Fundacji Życie i Misja	1990	Ustroń	<a href="http://koinonia.org.pl/">http://koinonia.org.pl/</a>	
24	Wydawnictwo Missio Polonia	1993	Warszawa	<a href="http://www.missio.org.pl">www.missio.org.pl</a>	
25	Wydawnictwo Pojednanie Andrzej Gandecki		Lublin	<a href="http://księgarniapojednanie.istore.pl/pl/">http://księgarniapojednanie.istore.pl/pl/</a>	
26	Wydawnictwo Światło-Życie	2000	Kraków	<a href="http://www.wydawnictwo-oaza.pl">http://www.wydawnictwo-oaza.pl</a>	Nieoficjalnie od 1978
27	Wydawnictwo UNUM	1924	Kraków	<a href="http://unum.ptt.net.pl/">http://unum.ptt.net.pl/</a>	Należy do Polskiego Towarzystwa Teologicznego



## Wydawnictwa związane z katolickimi tytułami prasowymi

Lp.	Nazwa	Rok powstania	Miejscowość	WWW	Uwagi
1	Biblioteka "Niedzieli"	1993	Częstochowa	<a href="https://ksiegarnia.niedziela.pl/">https://ksiegarnia.niedziela.pl/</a>	
2	Biblioteka "WIĘZI"	1958	Warszawa	<a href="http://www.wiez.pl">http://www.wiez.pl</a>	W latach 1960-1989 istniała seria książek redagowana przez WIĘZI, a wydawana we współpracy ze Społecznym Instytutem Wydawniczym ZNAK w Krakowie. Od 1990 roku jest to wydawnictwo w pełni samodzielne.
3	FRONDA (Wydawnictwo Poświęcone)	1994	Warszawa	<a href="http://www.wydawnictwofronda.pl/">http://www.wydawnictwofronda.pl/</a>	
4	Katolicka Agencja Informacyjna (KAI)		Warszawa	<a href="http://ekai.pl/ksiazki/">http://ekai.pl/ksiazki/</a>	
5	Misyjne drogi	1926	Poznań	<a href="http://www.sklep.misyjnedrogi.pl/">http://www.sklep.misyjnedrogi.pl/</a>	
6	Stowarzyszenie Ewangelizacji przez Media LIST	1984	Kraków	<a href="http://www.list.media.pl">http://www.list.media.pl</a>	
7	WKM Gość Niedzielny	1923	Katowice	<a href="http://sklep.wiara.pl/wiara-1/biblioteka-goscia-niedzielnego">http://sklep.wiara.pl/wiara-1/biblioteka-goscia-niedzielnego</a>	
8	Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej PROMYCZEK	1995	Nowy Sącz	<a href="http://sklep.promycek.pl">http://sklep.promycek.pl</a>	
9	Znak (Społeczny Instytut Wydawniczy Znak)	1959	Kraków	<a href="http://www.znak.com.pl/">http://www.znak.com.pl/</a>	Wydawnictwo Znak zostaje zaklasyfikowane do wydawnictw związanych z mediami ponieważ część oferty poświęcona tematyce religijnej wywodzi się z początków powstania oficyny i wprowadzenia na rynek czasopisma "Znak"

## Wydawnictwa niezależne

Lp.	Nazwa	Rok powstania	Miejscowość	WWW	Uwagi
1	Biały Kruk	1996	Kraków	<a href="http://www.bialykruk.pl/">http://www.bialykruk.pl/</a>	
2	Chrześcijańskie Wydawnictwo "Cywilizacja Miłości"	2006	Opole	<a href="http://www.wcm2006.pl/">http://www.wcm2006.pl/</a>	
3	Dom Wydawniczy Rafael	2000	Kraków	<a href="http://rafael.pl/">http://rafael.pl/</a>	
4	Emmanuel	1994	Katowice	<a href="http://www.emmanuel.pl/">http://www.emmanuel.pl/</a>	
5	Fons Omnis		Czersk		
6	Inicjatywa Wydawnicza JEROZOLIMA	1998	Poznań	<a href="http://jerezolima.poznan.pl/">http://jerezolima.poznan.pl/</a>	
7	Norbertinum (Wydawnictwo. Drukarnia. Księgarnia)	1989	Lublin	<a href="http://www.norbertinum.pl/">http://www.norbertinum.pl/</a>	
8	Oficyna Wydawnicza "4K"	1990	Bytom	<a href="http://4ksiegarnia.pl">http://4ksiegarnia.pl</a>	
9	Oficyna Wydawnicza "Liberton"	1993	Warszawa	<a href="http://www.liberton.com.pl/">http://www.liberton.com.pl/</a>	
10	Oficyna Wydawnicza Kwadrat	1995	Bielsko-Biała		
11	Oficyna Wydawnicza Logos	1994	Warszawa	<a href="http://logos.warszawa.pl/">http://logos.warszawa.pl/</a>	
12	Oficyna Wydawnicza QSD		Skawina		
13	Oficyna Wydawnicza VOCATIO	1991	Warszawa	<a href="http://www.vocatio.com.pl/">http://www.vocatio.com.pl/</a>	
14	Oficyna Wydawnicza-Poligraficzna "ADAM"	1990	Warszawa	<a href="http://www.oficyna-adam.com.pl/">http://www.oficyna-adam.com.pl/</a>	
15	P.P.H. "Arka"	1985	Wrocław	<a href="http://www.ppharka.hg.pl/">http://www.ppharka.hg.pl/</a>	
16	Polskie Centrum św. Hildegardy		Legnica	<a href="http://www.hildegarda.pl/">http://www.hildegarda.pl/</a>	
17	Polskie Wydawnictwo Encyklopedyczne	1999	Radom	<a href="http://www.polwen.pl/">http://www.polwen.pl/</a>	
18	Prodoks	2001	Kraków	<a href="http://prodoks.pl/">http://prodoks.pl/</a>	Obecnie właścicielem firmy jest Dom Wydawniczy Rafael
19	Wydawnictwo "CONTINUO"	1997	Radom	<a href="http://www.fbs.org.pl/continuo.html">http://www.fbs.org.pl/continuo.html</a>	
20	Wydawnictwo „Duc In Altum”	2004	Ząbki	<a href="http://www.ducinaltum.pl">http://www.ducinaltum.pl</a>	
21	Wydawnictwo AA	1998	Kraków	<a href="http://www.aa.com.pl/">http://www.aa.com.pl/</a>	
22	Wydawnictwo Adventus		Starogard Gdański		
23	Wydawnictwo Czuwajmy		Michałowice	<a href="http://www.czuwajmy.com.pl/">http://www.czuwajmy.com.pl/</a>	
24	Wydawnictwo Dębogóra	2008	Dębogóra	<a href="http://www.debogora.com/">http://www.debogora.com/</a>	
25	Wydawnictwo Esprit	2004	Kraków	<a href="http://www.esprit.com.pl">http://www.esprit.com.pl</a>	
26	Wydawnictwo EXTER	1991	Gdańsk	<a href="http://www.exter.pl/">http://www.exter.pl/</a>	
27	Wydawnictwo Fidei	2007	Warszawa	<a href="http://www.fidei.pl/">http://www.fidei.pl/</a>	
28	Wydawnictwo Fides	2001	Kraków	<a href="http://www.wydawnictwofides.pl">http://www.wydawnictwofides.pl</a>	
29	Wydawnictwo Hejnał		Płock	<a href="http://www.hejnal.com.pl">http://www.hejnal.com.pl</a>	
30	Wydawnictwo Homini	1995-2012	Kraków	<a href="http://www.homini.com.pl">http://www.homini.com.pl</a>	W 2012 marka Homini została przejęta przez wydawnictwo zakonne Wydawnictwo Benedyktynów Tyniec
31	Wydawnictwo Jedność	1991	Kielce	<a href="http://www.jednosc.com.pl/">http://www.jednosc.com.pl/</a>	Wychodzi się z założonej w 1918 Drukarni Diecezjalnej "Jedność"
32	Wydawnictwo M	1990	Kraków	<a href="http://www.wydm.pl">http://www.wydm.pl</a>	
33	Wydawnictwo Mateusza	2009	Bydgoszcz	<a href="http://mateusza.pl/">http://mateusza.pl/</a>	
34	Wydawnictwo Nemrod		Kraków	<a href="http://www.nemrod.pl">http://www.nemrod.pl</a>	
35	Wydawnictwo Paganini	1994	Kraków	<a href="http://www.paganini.com.pl">http://www.paganini.com.pl</a>	
36	Wydawnictwo Petrus	2008	Kraków	<a href="http://www.wydawnictwopetrus.pl/">http://www.wydawnictwopetrus.pl/</a>	
37	Wydawnictwo Rhema		Kraków	<a href="http://www.rhema.pl/">http://www.rhema.pl/</a>	
38	Wydawnictwo Rhema Jacek Saj		Lublin		
39	Wydawnictwo SPES		Kraków	<a href="http://www.wydawnictwo-spes.com/">http://www.wydawnictwo-spes.com/</a>	
40	Wydawnictwo św. Tomasza z Akwinu		Warszawa		
41	Wydawnictwo Te Deum		Warszawa	<a href="http://www.tedeum.pl/">http://www.tedeum.pl/</a>	
42	Wydawnictwo Viator		Warszawa		
43	Wydawnictwo Vox Domini	1993	Mikołów	<a href="http://www.voxdomini.com.pl/">http://www.voxdomini.com.pl/</a>	
44	Wydawnictwo Znaki Czasu	2009	Warszawa	<a href="http://sklep.znakiczasu.pl/">http://sklep.znakiczasu.pl/</a>	
45	Zakład Pamiątkarski Poligraficzno-Wydawniczy		Bydgoszcz		

---

## Streszczenie

---

Celem pracy jest wyodrębnienie systemu książki religijnej z całego rynku oraz ukazanie jego niezależności i specyfiki. Autorka obserwowała tę odrębność podczas analizy: repertuaru, informacji zebranych od wydawców, opracowań bibliograficznych, a także poprzez czynne uczestnictwo w Targach Wydawców Katolickich i krytyczne podejście do niepełnych danych ekonomicznych. Na podstawie zebranych informacji stworzono katalog wydawców katolickich i ta swoista baza stanowi aneks do rozprawy.

Opisanie systemu książki katolickiej nie było proste, a sytuacja literatury konfesyjnej po roku 1989 ulegała ciągłym przeobrażeniom. Książka jako medium, nośnik treści o szerokim oddziaływaniu społecznym, funkcjonuje w ścisłym powiązaniu z instytucjami odpowiedzialnymi za jej dystrybucję i udostępnianie, a za pośrednictwem tychże z czytelnikiem. Relacje, które zachodzą pomiędzy książką a wymienionymi ogniwami odnoszą się także do publikacji wydawanych przez edytorów katolickich. Możemy wymienić kilka czynników, które pozwalają wyodrębnić podsystem książki wydawców katolickich, będący integralną częścią współczesnego systemu książki. Należą do nich: grupa wydawców o wyraźnie określonym profilu, odrębne instytucje upowszechniające książkę wydawców katolickich, publiczność, która nadaje książce katolickiej swoistą funkcję i ujawnia specyfikę odbioru oraz instytucje, akcje i przedsięwzięcia promujące książkę wydawców katolickich. Analiza poszczególnych elementów stanowi podstawowy wymiar rozprawy.

---

# Summary

---

The aim of the thesis is to contrast the system of a religious book/literature with the whole publishing market in order to show its independence and specifics. The author observed the distinctiveness through the analysis of the repertoire, information gathered from the publishers, bibliographical studies as well as active participation in Catholic Publishers Fairs and critical approach to incomplete economic data. A catalog of catholic publishers has been created based on the collected information. This database is an appendix to the thesis.

The description of the catholic book was not an easy task as the situation of the literature of confession has been undergoing steady changes since 1989. A book as a medium of broad social influence functions in a close relationship with institutions responsible for its distribution and availability and via those institutions with the reader as well. The relations which appear between a book and the elements mentioned refer to catholic publications, too. We can enlist a couple of elements which allow us to separate the subsystem of catholic publications which is an integral part of contemporary book system. Certain elements belong to it, for example: a group of publishers of distinctly defined profile, separate institutions promoting catholic publications, the audience, which assigns the catholic book a characteristic function and discloses the specifics of the book reception and finally the institutions, actions and endeavours promoting catholic publications. The analysis of the respective elements forms the basic volume of the thesis.