

3. PRASOZNAWCZE BADANIA CZASOPISM PRZEZNACZONYCH DLA DZIECI MŁODSZYCH

MAŁGORZATA GARDEVÄRN

PIERWSZE BADANIA CZASOPISMA DLA DZIECI „MY”

W 1988 roku pojawiło się nowe czasopismo dla dzieci. Pierwszy numer „My”, miesięcznika skierowanego do czytelników od siódmego roku życia, ukazał się we wrześniu. Ponieważ jest to czasopismo nowe, nikt dotychczas nie podjął się prowadzenia badań w zakresie analizy zawartości, ani też badań nad odbiorcą tego periodyku. W związku z tym sama redakcja musi prowadzić takie badania, aby szybko reagować na zapotrzebowania swych czytelników, a jednocześnie doskonalić wypracowany dotąd kształt pisma.

W swojej pracy magisterskiej dotyczącej wpływu czasopism dla dzieci na sposoby spędzania czasu wolnego przez trzecioklasistów¹, między innymi podjęłam się zaprezentowania pracy redakcji „My”. Materiały zgromadziłam dzięki wywiadowi, który przeprowadziłam z redaktorami tego czasopisma. Uzyskałam w ten sposób informacje o inicjatywach redakcji podejmowanych w stosunku do odbiorców oraz o badaniach, które dotąd prowadził redakcyjny zespół magazynu „My”.

Niniejsze opracowanie ma na celu przybliżenie szerszemu gronu zainteresowanych problematyką czasopism dla dzieci wiadomości o najnowszym polskim periodyku przeznaczonym dla dzieci klas młodszych.

Osoby zainteresowane natomiast wynikami moich badań nad wpływem czasopisma „My” na sposoby spędzania czasu wolnego przez trzecioklasistów odsyłam do mojej pracy magisterskiej².

Pierwszy egzemplarz czasopisma „My” ukazał się wraz z początkiem roku szkolnego 1988/89. Redaktorem naczelnym czasopisma była wówczas Ewa Marzena Wiercholska. Pod jej kierownictwem powstały cztery numery (w roku 1988). W tym czasie w skład kolegium redakcyjnego wchodziło osiem osób. Dziś grupa ta powiększyła się kilkakrotnie. W trakcie prowadzenia moich badań redakcja pracowała pod kierownictwem Magdaleny Rulskiej-Nuckowskiej, obecnie redaktorem odpowiedzialnym za czasopismo jest Ewa Andruszkiewicz. W skład kolegium wchodzi zarówno dziennikarze, jak i pedagodzy oraz językoznawcy. Siedzibą redakcji jest gmach Młodzieżowej Agencji Wydawniczej, który mieści się w Warszawie przy Alejach Stanów Zjednoczonych 53. Ta sama agencja jest jednocześnie wydawcą magazynu.

Początkowo pismo wydawane było w nakładzie dwustu tysięcy egzemplarzy. Stopniowo jest on jednak coraz niższy. Powodem może być obniżenie popytu na skutek znacznego wzrostu ceny. Pierwszy numer kosztował 120 złotych. Przez półtora roku cena wzrosła do 2 700 złotych, a obecnie wynosi 3 600 złotych. Na początku bieżącego roku

redakcja przewidywała podwyższenie ceny. Powodem tego miało być poszerzenie objętości pisma o osiem stron. Analiza popytu przeprowadzona przez twórców czasopisma wykazała, iż najwięcej tak zwanych zwrotów magazynów pochodzi z województwa: bydgoskiego, białostockiego i suwalskiego. Zdarzają się one, lecz sporadycznie, w województwie bydgoskim.

Od początku ukazywania się czasopisma istnieje możliwość prenumeraty. W przypadku zmiany ceny w okresie objętym uiszczoną opłatą redakcja nie przewiduje i nie wymaga dopłat.

Co pewien czas zdarzają się prośby czytelników skierowane do czasopisma o nadesłanie egzemplarza „My”. W miarę możliwości, jeżeli są one uzasadnione i odpowiednio umotywowane, zostają spełnione.

Analiza technicznych aspektów czasopisma wykazała, że każdy egzemplarz składa się z 24 stron formatu B-4. Do druku użyto papieru drukowego zwykłego III klasy. Cechuje go duża wytrzymałość na rozerwanie i równomierna gładka faktura. Istotne znaczenie ma zastosowane pismo drukarskie. Posłużono się kilkunastoma jego krojami. Przy ustalaniu gęstości liter uwzględniono taki rozkład, aby pozwolił on na dokładność w postrzeganiu wzrokowym i rozumieniu treści tekstu. Tytuły poszczególnych materiałów zamieszczonych w „My” różnią się wielkością, krojem i barwą od pozostałych treści. Ich odmienność powoduje zwiększenie wskaźnika ekspozycyjności. Znaczna większość tekstów drukowana jest pismem prostym. Czasem jednak występuje pismo pochyłe. Ma ono umożliwić wizualne wyodrębnienie wypowiedzi cytowanych.

Wielobarwny jest materiał ilustracyjny i fotograficzny. Rzadko pojawiają się rysunki wykonane techniką kreskową. Zastosowane barwniki są dobrej jakości i o głębokim stopniu nasycenia. Ilustracje zamieszczono w tekście. Towarzyszą one zdecydowanej większości wypowiedzi.

Układ typograficzny drukowanych informacji można określić jako dowolny. Występują tu zarówno elementy układu symetrycznego, jak i asymetrycznego, blokowego, wielołamowego. Różnorodność ta podyktowana została poszukiwaniami odpowiedniej formy do przekazania treści, z uwzględnieniem dążenia do ułatwienia czytelnikowi ich odbioru. Jednocześnie można zaobserwować poszukiwania drogi uzyskania jedności treści, formy i funkcji druków. Autorzy opracowując układ graficzny starali się uniknąć deformacji i fantazyjnych wymyślnych kształtów. Zarówno drukowane słowa, jak i materiał ilustracyjny mają spełniać kryterium komunikatywności. Paginacja obejmuje strony 2–22. Wyłączono z niej okładki. Numery drukowane są na dolnym marginesie. Jeżeli jest on zajęty przez materiał barwny, wówczas strony te pozostają bez oznaczeń. Numeracja dla każdego zeszytu jest odrębna.

Bardzo ważną rolę odgrywa strona tytułowa. Stanowi ona 4,2 % objętości miesięcznika. W górnej części, obok informacji dotyczących adresata i kolejnego numeru magazynu, umieszczono stylizowany szyld całego bloku „Ja”, „Ty” i „My”. Słowo My powtarza się i zapisane jest dwoma wielkimi, uproszczonymi literami celem stylizacji tytułu. Litera te są upodobnione do uśmiechniętych twarzy, przez co mają wywoływać pogodny

nastrój. Kształt nagłówka pozostaje zawsze taki sam. Zmieniają się natomiast kolory. Wyjątek stanowi tylko pierwszy numer „My”, który ukazał się ze znakiem w kształcie sześciokąta foremnego. Redakcja opracowała do tej pory kilka form szyldu czasopism.

W skład publikowanych na stronie tytułowej materiałów wchodzi ilustracje i fotografie informujące o najbardziej atrakcyjnych zagadnieniach lub o dominującej tematyce numeru. Często pojawia się też krótki tekst mający zachęcić czytelnika do zapoznania się z treścią danej publikacji.

Innym przejawem działalności redakcji jest wydawanie niewielkich książeczek, zawsze pod szyldem „Ja”, „Ty” i „My”. Drukowane są one na ścinkach papieru, który pozostaje po wykrojeniu z formatu podstawowego kwadratu przeznaczonego na druk „Ja” i „Ty”. Zeszyty te stanowią uzupełnienie lub poszerzenie treści magazynów. Wytwarzane są z zachowaniem tych samych zasad edytorskich.

Część zaoszczędzonego papieru przeznacza się na drukowanie notesów reklamowych. Również ich szata graficzna odpowiada całości bloku. Większość notesów ozdobiono barwnym rysunkiem oraz zaopatrzone w szyld magazynów. Przeciętnie bloczek składa się ze stu kartek.

„My” jest magazynem dla dzieci od 7 do 10 lat. Redakcja, podając w metryczce czasopisma adresata, rozszerzyła granice wiekowe odbiorcy. Początkowo zakładano, iż będą nimi tylko uczniowie młodszy. Pierwszy sygnał zainteresowania wśród dzieci starszych uzyskano w trakcie imprezy inauguracyjnej zorganizowanej w Klubie Międzynarodowej Prasy i Książki na warszawskim Mokotowie. Były wakacje letnie. Część uczestników stanowili koloniści również ze starszych grup. Oni to stali się pierwszymi opiniodawcami „My”. Badania przeprowadzone po ośmiu miesiącach wykazały, iż wiek czytelników jest zróżnicowany. Oparto się wówczas na danych uzyskanych w ankiecie, której kwestionariusz wydrukowany został na łamach czasopisma. Za 100 % przyjęto wszystkie nadesłane odpowiedzi. Okazało się, iż największą grupę wiekową stanowią 10-latkowie – 35,3 %. Drugie miejsce zajęły dzieci starsze, mające 11 lat – 25,6 %. Dalej uplasowały się 8-latkowie – 21,8 %, 9-latkowie – 14,8 %. Najmniej liczną grupę stanowią uczniowie klas pierwszych – 2,5 %. W tym przypadku redakcja wzięła pod uwagę ograniczoną liczbę respondentów najmłodszych spowodowaną nieumiejętnością pisania.

W badaniach uwzględniono też miejsce zamieszkania. Wśród czytelników dominują mieszkańcy dużych miast. Stanowią oni 46,9 % populacji czytelników. Na następnej pozycji znajdują się mieszkańcy małych miast, stanowiący 37,6 % odbiorców. Najmniej sygnałów pochodzi ze środowiska wiejskiego – 15,5 %.

Redakcja bierze pod uwagę fakt, iż ankietę wypełniło tylko 29 % osób, które nabyły czasopismo. Z tego też względu zdaje sobie sprawę, iż otrzymane dane liczbowe nie odzwierciedlają w pełni stanu faktycznego. Magazyn adresowany jest głównie do dzieci polskich. Kolportaż dotyczy terenu tylko naszego kraju. Wymiana pism z innymi krajami przebiega wyłącznie pomiędzy redakcjami. Tymczasem okazało się, że „My” dociera z powodzeniem również za granice państwa. Autorzy otrzymują sygnały w postaci korespondencji

z Grecji, Danii, Republiki Federalnej Niemiec, Stanów Zjednoczonych Ameryki, a nawet Libii. Czytają je dzieci polonijne lub przebywające z rodzicami pracującymi tam na kontraktach. Istnieje przypuszczenie, iż pośrednikami w dostarczaniu poszczególnych egzemplarzy są rodziny zamieszkujące w Polsce.

Prowadzone sondy zarówno w środowisku Warszawy, jak i innych rejonach kraju zasugerowały potrzebę podniesienia górnej granicy wieku odbiorców. Od bieżącego roku „My” będzie czasopismem również dla dzieci starszych.

Autorzy określając cele wychowawcze zaznaczają, iż dziecko w wieku 7–10 lat zdobywa lub posiada elementarną wiedzę oraz stopniowo usamodzielnia się. Spędza coraz więcej czasu z rówieśnikami. Często identyfikuje się z grupą. Ową identyfikację symbolizuje tytuł magazynu: „My” – dzieci, „My” – przyjaciele z podwórka, „My” – czytelnicy. Jest to jednocześnie okres rozwoju dziecka, w którym wzrasta ciekawość świata i pragnienie wyróżniania się. Głównym założeniem redakcji jest wywieranie wpływu na wszechstronny i prawidłowy rozwój osobowości odbiorców. Wynikają z tego cele, jakie postawiono:

- poszerzenie wiedzy czytelników,
- wprowadzenie nowych pojęć,
- uczenie logicznego myślenia,
- zaspokajanie różnorodnych potrzeb,
- kształtowanie zainteresowań,
- wyzwalanie aktywności twórczej,
- inspirowanie do wspólnej zabawy.

Zawartość magazynu ma wywrzeć taki wpływ na rozwój osobowości dziecka, aby ułatwić mu naukę w szkole, a jednocześnie pomóc wypocząć poprzez wartościową zabawę. Istotne jest jednak podkreślenie w tym przypadku, że oddziaływanie to nie powinno być aktem jednorazowym. Redakcja zakłada wybiórcze traktowanie treści oraz szukanie i powracanie do nich w miarę potrzeb i zainteresowań.

W zasadzie autorzy nie przeznaczają pisma do użytku szkolnego. Przewidują jednak, że drukowane teksty mogą być materiałem dydaktycznym na lekcje o charakterze wychowawczym. Dopuszcza się też możliwość korzystania z wybranych treści na zajęciach geografii, biologii, historii, plastyki. W jednym i drugim przypadku jest to więc odniesione przynajmniej do klasy IV.

Swoje cele wychowawcze autorzy przedstawili rodzicom. Ich też prosi się o pomoc i współpracę w procesie redagowania oraz propagowania pisma. Niestety, półtora roku jakie minęło od chwili wydrukowania pierwszego numeru „My” nie przyniosło oczekiwanej pomocy. Tylko w przypadku „Ja” i „Ty” zdarzają się sporadyczne próby opiniowania, udzielania rad. Pójawiają się one zazwyczaj w razie stwierdzenia przez dorosłych usterki technicznej w wydrukowanym numerze i sprowadzają do kilku uwag krytycznych. Częściej rodzice piszą w imieniu małych dzieci nadsyłających prace konkursowe. Przejawu nawet takiej aktywności nie wykazują opiekunowie czytelników „My”. Do tej pory pojawił się tylko jeden sygnał odbioru ze strony matki. Zamieszczone treści wychowawcze na

„Marginesie dla rodziców” analizują najchętniej dzieci. To one próbują rozstrzygać postawione problemy. Komentują opisywane sytuacje. Nadsyłają redakcji swoje uwagi, czasem sygnalizują aprobatę rodziców. Duże zainteresowanie czasopismem wykazują różne instytucje. Swoimi opiniami dzielą się na przykład pracownicy Zakładu Psychologii przy Centrum Zdrowia Dziecka. Nadchodzą też uwagi z Instytutu Matki i Dziecka.

Redakcja w miarę swoich możliwości jest organizatorem, współorganizatorem lub uczestnikiem imprez o charakterze masowym. Pierwszą, już wspomnianą, była inauguracja działalności.

W programie uwzględniono: oglądanie filmów animowanych, naukę piosenek, konkursy plastyczne, sportowe oraz dyskotekę. Ważną formą było redagowanie przez uczestników zabawy festynowego numeru gazety. Przedsięwzięcie wspomogła finansowo firma Billy-Comindex, która w zamian za darowane dzieciom soki zyskała reklamę. Inną imprezą poświęconą dzieciom był festyn w Kartuzach. Redakcja była współorganizatorem zabawy z okazji Dnia Dziecka. Bogaty program zapełnił dwa dni czerwca 1989 roku. Dochód z niektórych akcji przeznaczono na fundusz Domu Dziecka w Kartuzach. Autorzy starali się włączyć do imprezy czytelników magazynu z całej Polski. Poproszono ich o nadesłanie prac w postaci wierszy, opowiadań, rysunków o radosnej i pogodnej tematyce. Z nadesłanych materiałów utworzono wystawę. Festyn w Kartuzach przyniósł pierwszą okazję do zaprezentowania zbiorów prac nadchodzących w odpowiedzi na propozycje i inicjatywy czasopisma.

Ostatnio redakcja uczestniczyła w koncercie pod hasłem: Wszystkie dzieci nasze są.

Zespół zaznaczył swoją obecność organizując kiermasz książek i czasopism wydawanych przez Młodzieżową Agencję Wydawniczą. Uzyskane środki zasiły Fundusz Pomocy Dzieciom. Czytelnicy jednego z kolejnych numerów mogli zapoznać się z fotoreportażem powstałym w trakcie tej imprezy.

Inną formą kontaktu z czytelnikami są spotkania z dziećmi w ich środowisku. Przykładem może być uczestniczenie redaktorów w przedstawieniu kukiełkowym zorganizowanym przez uczniów klasy IV Szkoły Podstawowej w Łątku. Dzieci te odpowiadały na konkurs pod hasłem: Teatr Domowy. Przystany przez nie scenariusz i opis przygotowań wywołał zainteresowanie oraz sprowokował wizytę autorów magazynu. Reportaż z tego wydarzenia nosił tytuł: *Czwarta klasa na obcasach* i zamieszczony został w numerze 4 z roku 1989.

Gromadzone przez zespół redakcyjny doświadczenia w trakcie półtora roku ukazywania się „My” stanowią drogę poszukiwania modelu czasopisma. Wyrazem tego są przekształcenia treściowe i formalne kolejnych numerów.

Najistotniejszy wpływ na modyfikacje pracy redakcji mają opinie i oczekiwania dzieci. Twórcy przyjęli za podstawową zasadę poważne traktowanie dziecka i dostrzeganie w nim równorzędnego partnera. Inicjatywy autorskie opiniowane są zatem przez czytelników. Pierwszymi opiniodawcami są uczniowie warszawskich szkół. To z nimi rozmawiają redaktorzy w kilka dni po ukazaniu się nowego numeru. W dalszym etapie dużą

uwagę przywiązuje się do wypowiedzi respondentów czasopisma. Listów przychodzi ogromna ilość. Jedne zawierają rozwiązania konkursowe, inne ocenę magazynu, krytykę, żądania poruszenia wybranych zagadnień czy też problem do rozwiązania.

Najbardziej rzeczowej krytyki dokonują chłopcy. Niestety, na sto nadesłanych wypowiedzi, od nich pochodzi zaledwie kilka. Prym wiodą zdecydowanie dziewczęta. Jest też pewna grupa dzieci zaprzyjaźnionych z redakcją, która przysyła listy o sobie. Przeciętnie raz w miesiącu pojawiają się w redakcji ich pisemne relacje z wydarzeń domowych, opisy sukcesów, uwagi nad przeczytaną ostatnio książką czy obejrzanym filmem. Z uzyskanych od kierownika działu listów informacji wynika, że nie ma korespondencji o nieprzychylnym wyrazie. Czasem zamiast zapisania kartki dziecko wybiera rozmowę telefoniczną. Tylko nieliczne formy kontaktu pozostają bez odpowiedzi. Odpisując udziela się porad, przekazuje informacje, a czasem nawet stosuje swoistą lekcję ortografii. Wytrwali respondenci otrzymują reklamowe notatniki. Jest to często przyczyną natychmiastowego nadesłania prośb o podobny upominek przez koleżanki lub kolegów obdarowanej osoby. Korespondencja nasila się w okresie przedświątecznym. Dzieci pragną wówczas otrzymywać plakaty, notesy, fotografie lub inne upominki.

Zdarza się jednak, że nadsyłają redakcji wykonane przez siebie zabawki lub rysunki. Inną okazją do zintensyfikowania kontaktów są przeprowadzone konkursy. Nadsyłający odpowiedzi często zaopatrują je w krótkie dopisy informujące o poglądzie dziecka na treść konkursu, rodzaj nagrody lub nawet zawartość czasopisma. Bywa, że na jeden konkurs przychodzi kilkanaście tysięcy odpowiedzi. Jeżeli nagroda jest tylko jedna losuje się jedną z kart zawierających prawidłowe rozwiązanie. W przypadku, gdy liczba nagród nie jest podana, nagradza się tą samą drogą zazwyczaj pięć odpowiedzi. Nazwiska zwycięzców wydrukowane zostają na łamach magazynu. Zdarza się jednak, że nagroda nie dociera do odbiorcy. Dzieci przysyłają wówczas listy interwencyjne. Redakcja funduje i przekazuje nowy upominek. Niestety, do tej pory nikt z obdarowanych nie potwierdził otrzymania nagrody, ani nie podziękował za nią.

Co pewien czas przysyłane są wypowiedzi, przepisane z wydrukowanych listów lub też zawierające jednakową treść powieloną kilkakrotnie i podpisaną różnymi nazwiskami. Redakcja wówczas udziela odpowiedzi adresowanej do zbiorowego odbiorcy. Listy będące swoistym plagiatem pozostają bez odpowiedzi.

Podczas rozmowy zapewniono mnie, iż redaktorzy nie tworzą na użytek pisma korespondencji fikcyjnej. Na łamach magazynu drukuje się najciekawsze wypowiedzi po poprawieniu błędów stylistycznych i ortograficznych. Czasem są to kompilacje kilku listów lub przetworzona na formę pisemną treść rozmowy telefonicznej.

Wszystkie nadesłane pisma wraz z kopiami maszynopisu odpowiedzi i załącznikami są porządkowane, gromadzone i przechowywane.

Korespondencja z odbiorcami ma bardzo istotne znaczenie, gdyż wpływające z jej treści wnioski redakcja uwzględnia tworząc kolejne numery periodyku.

Poszczególne elementy struktury czasopisma, które zyskują akceptację dzieci mają zapewnione stałe miejsce w magazynie.

W trakcie badań redakcja ustaliła, iż największym powodzeniem cieszy się grupa rozrywek umysłowych. Składają się na nie krzyżówki, rebusy, logogryfy, anagramy, labirynty, eliminatki, przeskakiwanki, zagadki, gry planszowe oraz zadania konkursowe. Te ostatnie wliczają autorzy do grupy rozrywek, nawet jeśli zadanie polega na tworzeniu wypowiedzi pisemnej lub pracy plastycznej.

W redagowaniu działu niekiedy uczestniczą dzieci. Nadsyłają one wyszukane przez siebie lub wymyślone propozycje. Redakcja zamieszczając je podaje zawsze pomysłodawcę.

Zabawy zostają tak dobrane, aby dziecko rozwiązując je rozwijało zdolność logicznego myślenia, ale i zarazem mogło odczuwać satysfakcję z odnalezienia rozwiązania. Dodatkowym atutem jest estetyczna szata graficzna i jasno sformułowane polecenia.

Zbliżoną liczbę pozytywnych ocen zyskuje tak zwany „Śmietnik”. Jest to dział zawierający różnorodne przepisy, ciekawostki, horoskopy, żarty, anegdoty, porzekadła, czasem zagadki. Początkowo gromadzili i opracowywali je wyłącznie autorzy magazynu. Dziś prawie połowę publikowanych materiałów dostarczają czytelnicy. Zamieszczanie tak zróżnicowanego zbioru ma na celu poszerzanie lub budzenie zainteresowań, zapoznanie z tradycjami, a jednocześnie budzenie aktywności drogą dobrej zabawy. Często pozbawione komentarza informacje rozbudzają ciekawość poznawczą. Jeżeli czytelnicy domagają się poszerzenia zagadnienia, redakcja spełnia to życzenie opracowując tematykę przyszłych numerów.

Wyniki sond redakcyjnych wykazały ponadto, iż uznanie dzieci zdobył także komiks. Zajmuje on trzecią lokatę w wyborach czytelników i jest wyrazem stopnia uznania tej formy przekazu u dzieci. Utrzymana w lekkiej, przygodowej, często fantastycznej konwencji opowieść w formie komiksu do tej pory prezentowana była na dwóch ostatnich stronach czasopisma. Na wyraźne życzenie czytelników, w bieżącym roku jego objętość ma się zwiększyć. Planuje się też jednoczesne drukowanie trzech historii komiksowych. Autorami publikowanych do tej pory komiksów byli graficy i literaci zatrudnieni w redakcji. Otrzymali oni kilkanaście propozycji od dzieci, w których podawały one interesującą tematykę. Dominowały prośby o opowieści fantastyczne z wątkami fantastyczno-baśniowymi. Monitowano też o tworzenie i drukowanie dalszych ciągów historii zawartych w odrębnych wydaniach komiksowych.

Kolejne miejsce zajmują prozatorskie utwory literackie. Szczególnym uznaniem cieszyły się powieści w odcinkach takie, jak: *Lustrzane siostry* oraz *Rodzina Zabiegajskich*. Dzieci doceniają w nich bliskość i współczesność tematyki, występowanie dziecięcych bohaterów, dużą dawkę humoru. Autorami tych utworów są literaci – członkowie zespołu redakcyjnego. Od nich pochodzi inwencja, natomiast wątki fabularne wzbogacają czasem nadsyłane przez dzieci opowieści zawarte w pamiętnikach lub opowiadania tworzone przez uczniów warszawskich szkół podstawowych. Redakcja, chcąc uniknąć pewnego szablonu oraz znużenia nimi swoich odbiorców, zawiesza czasowo publikowanie tych historii.

Ich miejsce zajmują drukowane w celu propagowania czytelnictwa fragmenty literatury pięknej dla dzieci lub krótkie opowiadania.

Czasopismo zawiera stosunkowo niewiele utworów wierszowanych. Autorzy skłaniają się do podawania form o żartobliwej, lekkiej tematyce. Wiersz ma spełniać funkcję rozrywkową i aktywizującą. Ciągłe jednak sondowane są opinie dzieci. Jeżeli odczuwają one brak utworów lirycznych, redakcja zamieści je w magazynie.

Wspomniane już opowiadania cieszą się mniejszym powodzeniem u dzieci. Autorzy nie rezygnują jednak z zamieszczania ich. Postanowiono formę tę uatrakcyjnić. Wzbogacono tematykę i szatę graficzną. Co pewien czas czytanie łączy się z rozwiązaniem zadania, często mającym na celu rozwijanie operacji umysłowych i wzbogacenie słownictwa odbiorców.

Istotne miejsce zajmuje dział korespondencji pod hasłem „Listy, liściki, karteczki”. Formy kontaktów omówiłam wcześniej. Warto jednak wspomnieć, że znaczną część tego działu zajmują drukowane adresy dzieci. Od kilku miesięcy prowadzony jest bank adresów. Czytelnicy pragnący znaleźć korespondencyjnych przyjaciół nadsyłają dane dotyczące miejsca zamieszkania oraz kilka informacji o zainteresowaniach. Redakcja szczególną uwagę obdarza dzieci niepełnosprawne. Ich adresy wydrukowane zostają w pierwszej kolejności. W kilku przypadkach kontaktowano dzieci zdrowe z niepełnosprawnymi pomijając publikowanie danych w periodyku. Kierowano się wówczas dojrzałością wypowiedzi, przypuszczalną szczerością intencji oraz chęcią skrócenia czasu oczekiwania. Aktualnie dział ten zostanie chwilowo zawieszony. Na swoją kolejkę czeka kilka tysięcy dzieci.

Akceptowana, choć w mniejszym stopniu, była rubryka kolekcjonerów. Zaprezentowany zbiór samochodów wraz z ich historią zainteresował głównie chłopców. Domagają się oni kontynuacji chwilowo zawieszonej ekspozycji. Redakcja otrzymała sygnały, iż oczekiwane są też inne kolekcje, na przykład: samolotów, okrętów wojennych, zabytkowych monet. Warunkiem jednak ich zamieszczania jest kontakt z posiadaczami zbiorów, którzy zgodzą się je udostępnić i skomentować.

Zbliżone oceny uzyskały plakaty na rozkładówce oraz teksty piosenek. W pierwszym i drugim przypadku odbiorcy oczekują zamieszczenia zdjęć autorów, sławnych bohaterów filmowych i wokalistów. Autorzy starają się spełniać w miarę możliwości te prośby, publikując wywiady z gwiazdami estrady oraz piosenki sygnowane wizerunkiem i autografem twórców.

Niepokojącym dla redakcji zjawiskiem było stosunkowo niskie zainteresowanie dziennikarskimi formami przekazu. Czytelnicy wypowiedając się, niewiele uwagi poświęcali wywiadam, felietonom, reportażom. Aktualnie poszukuje się takich treści, które przekazywane za pomocą form dziennikarskich znajdą uznanie odbiorców.

Ostatnią, ocenioną grupę stanowiły publikacje o charakterze poradniczym. Zainteresowały one głównie dziewczęta. Zaakceptowana została przede wszystkim rubryka „Żyj kolorowo”. Powodzeniem cieszyły się porady dotyczące ubiorów dla dzieci oraz dla lalek.

Redakcja chcąc wyjść na przeciw oczekiwaniom odbiorców ustala braki, jakie zauważają w czasopiśmie. Okazuje się, iż mali czytelnicy oczekują zwiększenia ilości:

- gier, zabaw i konkursów,
- plakatów, fotografii i ilustracji pochodzących z filmów,
- informacji o nowościach wydawniczych i fragmentów tych utworów,
- wykrojów strojów dla lalek,
- wywiadów z wokalistami.

Życzenia te stopniowo zostawały spełnione. Rozbudowano dział poświęcony propagowaniu czytelnictwa. Nawiązano kontakty z różnymi wydawnictwami prosząc o nadsyłanie propozycji. Publikowano wywiady ze znanymi literatami. Do redagowania tego działu włączono też czytelników. Dzieci zaczęły nadsyłać mini – recenzje ulubionych książek. Najciekawsze wydrukowano na łamach magazynu pod hasłem: „Lekturka z mojego podwórka”.

Ograniczona objętość periodyku uniemożliwiła jednak zaspokajanie większości potrzeb. Wyjściem okazało się drukowanie wspomnianych już książeczek nazywanych przez redaktorów zeszytikami rozrywkowymi. Pod szyldem „Ja”, „Ty” i „My” ukazały się zeszyty zatytułowane: *Mała mama szyje sama*. Autorzy udzielają w nich porad jak samodzielnie uszyć lalce bluzkę czy spodnie posługując się wykrojami. Różne pomysły rękodzielnicze zaproponowano w pozycji pod tytułem: *Jak polubić stare ciuchy*. Prezentowany jest w niej nie tylko sposób wykonania ozdoby, ale i efekt końcowy. Sposoby estetycznego wykonania potraw kulinarnych znajdują dzieci w zeszycie pod tytułem: *Gotujemy sami*.

W innej pozycji pod hasłem: *W co się bawić?* wydrukowano zabawne bilety do kina, teatru, do autobusu, tramwaju, recepty i blankiety pocztowe. Sugerują one interesujące pomysły na sposób wypoczynku w deszczowe popołudnie.

W czasie wakacji dziecko może prowadzić zapisy wrażeń w formie pamiętnika. Redakcja postanowiła uatrakcyjnić je, oddając czytelnikom zeszyt pod tytułem: *Nasze wakacje*. Jego podstawową część stanowią kartki do zapisywania przeżyć. Historie mają wydrukowane początki wydarzeń. Zeszyt ten zawiera miejsca na wpisanie adresów. Zamieszczanie ich ma na celu naukę prawidłowego adresowania. Uzupełnieniem tej książeczki mogą być zeszyty pod tytułem: *Kolorowa papeteria* i *Książeczka przyjaciół*.

Ciekawą odmianą kalendarza dla dzieci jest zeszyt: *Od września do września*. Zamieszczone w nim treści mają skłonić właściciela do uprawiania sportu i uwzględniania w wypoczynku zajęć rekreacyjnych.

Zainteresowaniem dzieci cieszyły się także kolorowe ekslibrisy, wzory zaproszeń na różne imprezy, naklejki na zeszyty.

Potrzebę rozrywek umysłowych autorzy starali się zaspokoić publikowaniem zeszytu: *Krzyżówki, rebusy i gry*. Młodszym odbiorcom zaproponowano: *Sto łamigłówek ze słówek*, w którym uczą się oni rozwiązywać różne zabawy umysłowe. Zeszyt ten wydano z myślą o czytelnikach „Ty”, lecz chętnie przyjęły go również dzieci starsze.

Wspólnymi cechami większości książeczek jest wprowadzanie nowych pojęć, mobilizowanie do aktywnego wycieczki oraz podkreślanie potrzeby kontaktów społecznych. Ukazanie się zeszytów jest zapowiadane zazwyczaj na łamach czasopisma. Prezentacji graficznej czasem towarzyszy wyjaśnienie nowego słownictwa.

Zespół autorski wykazuje dużą troskę o wygląd zewnętrzny czasopisma i atrakcyjne formy propagowania go. Miarą skuteczności tych poczynań jest posiadanie stałych odbiorców oraz ciągłe zdobywanie nowych zwolenników. Prowadzone badania wykazały, iż najczęściej dzieci odkryło czasopismo odnajdując je w kiosku „Ruchu”. Zwróciły one uwagę na barwną, estetyczną i pomysłową okładkę. Mniejszą grupę stanowią uczniowie zachęceni do kontaktu z „My” przez kolegów i koleżanki. Dopiero dalszą pozycję zajmuje zachęta ze strony rodziców, rodzeństwa i nauczycieli. Niewielki też oddźwięk miała reklama telewizyjna. Ustalono jednocześnie, iż głównym atutem czasopisma uznawanym przez czytelników jest jego wielobarwna i bogata szata graficzna oraz obszerna objętość. Zaraz za nimi uplasowała się ciekawa treść utworów literackich.

Uzyskane drogą wywiadu z redaktorami wiadomości oraz zgromadzone materiały świadczą o tym, iż czasopismo „My” jest periodykiem zawierającym wiele innowacyjnych pomysłów. Autorzy podejmują stałe wysiłki nad udoskonaleniem jego zawartości. Za okres testowy przyjęto cztery pierwsze lata. W tym to czasie ma powstać optymalny model magazynu. Jednym z jego głównych założeń będzie zmienna, elastyczna struktura oraz podatność na wpływy i opinie odbiorców. Planuje się też skrócenie cyklu wydawniczego wraz ze zreorganizowaniem zasad kolportażu, co umożliwi zamieszczanie na łamach różnych aktualności.

Redakcja nie przewiduje na razie współpracy z innymi czasopismami dla dzieci drukowanymi w naszym kraju. W rozmowie poinformowano mnie, iż założeniem było stworzenie nowego periodyku odmiennego od istniejących. Pojawienie się „My” na rynku wydawniczym prawdopodobnie miało na celu zaistnienie konkurencyjności.

PRZYPISY

¹Małgorzata Gardevärn: Wpływ czasopism dla dzieci na sposoby spędzania czasu wolnego przez trzecioklasistów. Maszynopis pracy magisterskiej napisanej w Zakładzie Nauczania Początkowego WSP w Bydgoszczy pod kierunkiem dr E. Szeffler. Bydgoszcz 1990

²Ibidem

DIE ERSTEN UNTERSUCHUNGEN DER ZEITSCHRIFT „WIR” FÜR KINDER

Zusammenfassung

Die Bearbeitung nähert den Interessierten Auskunft über neueste polnische Zeitschrift für Kinder in jüngerem Schulalter an.