KOLPORTER

nasz.kolporter.com.pl

STYCZEŃ 2021 (277)

Nasz Kolporter

BEZPŁATNE PISMO DLA KONTRAHENTÓW KOLPORTERA

TEMAT MIESIĄCA

Rok próby

PRASA MA SIŁĘ

Utrzymać więź z czytelnikami

REKLAMA

Numer noworoczny

Edycja limitowana dostępna w wybranych punktach sprzedaży

SEKS
Kto wybrzydza, ten nie chodzi do łóżka

CARLA BRUNI
śpiewa o pożądaniu

ZWIĄZKI
Czy powroty po latach są możliwe

PODRÓŻE
Zanocuj w łóżku księcia

EWA BŁASZCZYK
opowiada o dzieciństwie

+ PREZENT
kosmetyk do wyboru

JUŻ W SPRZEDAŻY

NASZ KOLPORTER
1/2021 (277)

WYDAWCA
Kolporter spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
(dawniej: Kolporter spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa)

REDAKTOR NACZELNY
Dariusz Materek

RADA PROGRAMOWA
Justyna Kozłowska
Mariusz Iskało
Bogusław Morański
Michał Zbytek

KOLEGIUM REDAKCYJNE
Kinga Szymkiewicz
Grzegorz Kozera
Robert Szczepaniak
Tomasz Żebrowski

SKŁAD
Rafał Dziopa

ADRES REDAKCJI
„Nasz Kolporter"
25-528 Kielce, ul. Zagnańska 61
www.nasz.kolporter.com.pl

DRUK
Drukarnia ART

REKLAMA
tel. 41 367 82 24
tel. kom. 510 030 119

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń i nie zwraca niezamówionych materiałów.

Zdjęcie na okładce:
gettyimages.com

KOLPORTER
Znajdziesz nas na Facebooku, Twitterze, Instagramie

Aktualności z życia firmy
– news.kolporter.com.pl

Aktualności z rynku prasowego
– rynekprasowy.pl

LICZBA MIESIĄCA

150

– tyle polskich redakcji otrzymało pomoc od Google w ramach funduszu wsparcia dla lokalnych wydawców, uruchomionego w związku z pandemią koronawirusa.

Strach i nadzieja

Jak zaczynamy nowy, 2021 rok? Z nadzieją, troską, strachem? Na pewno patrzymy na niego przez pryzmat tego, co wydarzyło się w minionym już 2020 r. Pożegnaliśmy go z ulgą, ale nie da się ukryć, że odcisnął na nas swoje piętno. Będziemy go pamiętać już zawsze. Poznaliśmy nowe słowa – home office, lockdown i praktyczne znaczenie starych – kwarantanna, epidemia...

A jak 2020 rok zapisał się w historii rynku prasowego? Na pewno był jednym z trudniejszych – część redakcji musiała wprowadzić programy oszczędnościowe, spadły wpływy od reklamodawców, sporo dziennikarzy straciło pracę lub otrzymywało mniejsze pobory. Ale też z drugiej strony prasa pokazała swoją siłę w tych wyjątkowo trudnych miesiącach – dostarczała czytelnikom sprawdzonych informacji, radziła, pocieszała, wspierała... Redakcje i wydawcy pomagali medykom, osobom szczególnie dotkniętym pandemią, dawali przykłady międzynarodowej solidarności, wspierając dziennikarzy z Białorusi. Najważniejsze, w naszej ocenie, wydarzenia na rynku prasowym w 2020 r. przypominamy w artykule „Rok próby".

A jak tę próbę przeszliśmy my wszyscy? Staliśmy się lepsi czy gorsi? Mądrzejsi czy bardziej agresywni? Zaczęliśmy doceniać autorytety, ludzi mądrych i dobrych czy też wolimy populistów, post prawdy i fake newsy? Nie jest dziś łatwo odpowiedzieć na te pytania, potrzebujemy pewnie więcej czasu by móc zrobić gruntowną samoocenę i szczery rachunek sumienia. W tym numerze „Naszego Kolportera" pokazujemy – za magazynem „People" – ludzi, którzy szczególnie zasłużyli się dla świata: swoim altruizmem, empatią, wiedzą i odwagą w prezentowaniu poglądów. Ich sylwetki przedstawiamy w artykule „Cztery okładki dla czterech osobowości".

Zachęcam Państwa również do przeczytania artykułu „Słowa, które bolą". Poruszamy w nim trudny, ale niezwykle ważny – w naszej ocenie – problem, jakim jest rosnąca brutalizacja języka. To stygmat naszych czasów, który ze szczególną ostrością uwidocznił się w czasie pandemii. Warto choć przez chwilę zastanowić się czy to co piszemy, mówimy na pewno nie rani innych...

Zapraszam do lektury.

Dariusz Materek
Redaktor Naczelny

W NAJBLIŻSZYCH NUMERACH:

Wojna romansu z kryminałem – w okresie pandemii chętniej niż zazwyczaj sięgaliśmy po książki. Wybieraliśmy najczęściej romanse lub kryminały. Dlaczego te właśnie gatunki cieszą się taką popularnością?

Prasa wspiera szczepienia – gazety i czasopisma rozpoczęły we własnym zakresie kampanie promującą akcję szczepień przeciwko koronawirusowi.

REKLAMA

MOJI POPS®

ZAMÓW EKSPOZYTOR DO PROMOCJI KOLEKCJI

WYSOKOŚĆ: 39 CM
SZEROKOŚĆ: 22 CM
GŁĘBOKOŚĆ: 22 CM

WYSOKOŚĆ: 141 CM
SZEROKOŚĆ: 39,5 CM
GŁĘBOKOŚĆ: 23 CM

ABY ZAMÓWIĆ EKSPOZYTOR,
ZADZWOŃ: 510 030 688
502 715 039

TEMAT MIESIĄCA

ROK PRÓBY

To był wyjątkowy rok w historii całego świata. 2020 – rok próby dla wszystkich. Jak radził sobie w ciągu minionych 12 miesięcy rynek prasowy?

s. 6-9

RYNEK PRASOWY

SŁOWA, KTÓRE BOLĄ

Agresywny język przenika również do mediów. Jest tak wszechobecny, że zaczyna być poważnym problemem społecznym.

s. 12-13

RYNEK PRASOWY

UTRZYMAĆ WIĘŹ Z CZYTELNIKAMI

Rozmowa z Piotrem Ludwickim, dyrektorem ds. dystrybucji i obsługi klienta Wydawnictwa Bauer.

s. 16-17

GWIAZDA NUMERU

SIŁĘ CZERPIĘ OD WIDZÓW

Krystyna Janda, jedna z najpopularniejszych polskich aktorek opowiada o nowych wyzwaniach, doświadczeniach i sukcesach.

s. 26-27

NASZ Kolporter

AKTUALNOŚCI
Od wydawcy **3**
Rok próby **6**
Grand Press dla najlepszych **10**
Wydarzenia **14**

RYNEK PRASOWY
Słowa, które bolą **12**
Prasa na świecie **15**
Utrzymać więź z czytelnikami **16**
Prasowe Oscary **18**
Siła dobra **22**

GWIAZDA NUMERU
Siłę czerpię od widzów **26**

WIADOMOŚCI HANDLOWE
Sklepy mogą zyskać **30**
Pandemia zmniejszyła dochody Polaków **31**

PSYCHOLOG RADZI
Niedojrzali rodzice **32**

PRAWO I FINANSE
Nie ignoruj listów poleconych **34**

STATYSTYKI
Zakupy w drugiej fali pandemii **36**
Stałe gusta czytelników prasy **40**

HISTORIA PRASY
Jedna z najlepszych gazet **42**

ROZRYWKA
Horoskop **45**
Krzyżówka **48**

Rok próby

To był wyjątkowy rok w historii całego świata. 2020 – już na zawsze będzie nam się kojarzył z pandemią, lockdownem, przymusową izolacją i śmiercią bardzo wielu ludzi. Rok dramatyczny, straszny, przerażający. Rok próby dla wszystkich. Jak radził sobie w ciągu minionych 12 miesięcy rynek prasowy? Poniżej przedstawiamy przegląd najważniejszych – w naszej ocenie – wydarzeń.

FOT. GETTYIMAGES

STYCZEŃ

Tygodnik „Polityka" po raz 27. przyznał „Paszporty Polityki" – nagrody za wybitne osiągnięcia w kulturze i sztuce. Tymi prestiżowymi nagrodami wyróżniono: Bartosza Bielenię, Weronikę Szczawińską, Dominikę Słowik, Weronikę Gęsicką, Jakuba Józefa Orlińskiego, Błażeja Króla i Dawida Ciślaka. Nagrodę specjalną Kreatora Kultury otrzymała laureatka Nagrody Nobla Olga Tokarczuk.

„Gazeta Wyborcza" (Agora) w wydaniach od poniedziałku do czwartku zrezygnowała ze stron lokalnych w 13 miastach: Białymstoku, Bydgoszczy, Częstochowie, Gorzowie Wielkopolskim/Zielonej Górze, Kielcach, Lublinie, Olsztynie, Opolu, Płocku, Radomiu, Rzeszowie, Szczecinie i Toruniu. Zamiast tego w piątki w tych regionach ukazują się tygodniowe magazyny lokalne.

LUTY

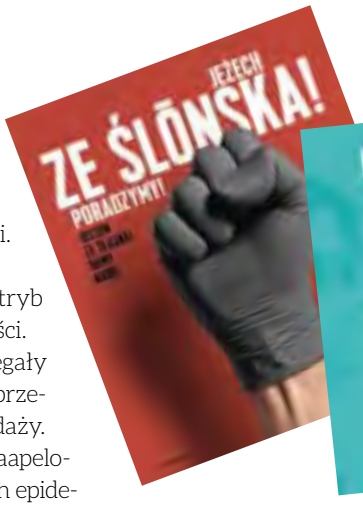
Izba Wydawców Prasy opublikowała dane dotyczące rynku dystrybucji prasy – liderem niezmiennie jest Kolporter z 53,34 proc. udziału w rynku. Na kolejnych miejscach znalazły się Ruch z 23,1 proc. i Garmond Press z 16,98 proc. udziałów – podała IWP. Kolporter dostarczał prasę do 21 tys. punktów sprzedaży detalicznej, Ruch – 15,9 tys., a Garmond Press – 11,8 tys.

Magazyn psychologiczny „Charaktery" zmienił właściciela – został kupiony przez Forum Media Polska. Dotychczasowym wydawcą pisma była spółka Charaktery, w której portfolio znajdują się także pisma „Psychologia Dziś", „Psychologia w Szkole" oraz wydawane w Niemczech, Austrii i Szwajcarii „Psychologie und Leben. Das Internationale Psychologie-Magazin".

Według danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy średnia sprzedaż dzienników ogólnopolskich w 2019 roku spadła o 7,7 proc. Tempo spadków zmniejszyło się w porównaniu z latami 2017 i 2018, gdy wynosiło blisko 10 proc.

MARZEC

Od 20 marca rozporządzeniem Ministra Zdrowia ogłoszono w Polsce stan epidemii. Tydzień wcześniej, od 13 marca, zamknięto wiele instytucji, sklepów, urzędów. Jednymi z nielicznych otwartych placówek handlowych pozostały punkty sprzedaży prasy. Większość firm, w tym także



wydawnictw, przeszła w tryb pracy zdalnej. Odwołano wszystkie zaplanowane wydarzenia – konferencje, kongresy, uroczystości. W związku z pandemią Kolporter wprowadził specjalny, kryzysowy tryb pracy i dodatkowo środki ostrożności. Dzięki temu dostawy prasy przebiegały normalnie – wszystkie tytuły bez przeszkód docierały do punktów sprzedaży.
23 marca Izba Wydawców Prasy zaapelowała do czytelników, aby w czasach epidemii szczególnie wspierali prasę. „Przetrwamy w służbie dla Czytelnika tylko dzięki Czytelnikowi. To relacja nierozerwalna, a dziś wyjątkowo Wam i nam potrzebna. Czytajmy prasę i walczmy o jakość informacji" – napisał prezes IWP Bogusław Chrabota.
W trudnej sytuacji znaleźli się m.in. lokalni wydawcy prasy, którzy z powodu epidemii odnotowali spadek przychodów reklamowych sięgający nawet 80 proc. Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, Stowarzyszenie Gazet Lokalnych oraz Izba Wydawców Prasy wystosowały list do premiera Mateusza Morawieckiego z apelem o pomoc. Przedstawili także konkretne propozycje wsparcia – m.in. publikację płatnych rządowych ogłoszeń i komunikatów, czasowe zwolnienie wydawców z opłat ZUS, wprowadzenie zerowej stawki VAT dla prasy lokalnej.
Wielu wydawców przygotowało specjalne dodatki i rubryki poświęcone pandemii – m.in. Wydawnictwo Bauer wydało 13 marca magazyn „100 rad poleca – Poradnik pacjenta: koronawirus", a „Gazeta Wyborcza" (Agora) zaczęła publikować „Codzienny Poradnik Antywirusowy".
National Geographic Society stworzyło fundusz dla dziennikarzy i reporterów z całego świata tworzących materiały na temat pandemii. O wsparcie w wysokości od 1 tys. do 8 tys. dolarów mogli ubiegać się dziennikarze, pisarze, fotografowie, filmowcy i specjaliści od wizualizacji danych.

KWIECIEŃ

W wielu redakcjach prasowych wydawcy wprowadzili specjalne programy oszczędnościowe. Zespoły redakcyjne dotknęły obniżki pensji i zwolnienia, zamrożono premie i nagrody.
7 kwietnia media zainicjowały akcję #BrawaDlaWas, w ramach której zachęcały Polaków do podziękowania pracownikom służby zdrowia. W akcji wzięli udział m.in. Onet.pl, „Fakt", „Newsweek", „Forbes", „Business Insider", „Auto Świat", „Przegląd Sportowy", „Dziennik Gazeta Prawna", „Gazeta Wyborcza", Interia.pl, Radio Zet, RMF FM, „Rzeczpospolita", redakcje dzienników Grupy Polska Press i TVN Discovery Polska.
Izba Wydawców Prasy zaproponowała rządowi regulacje wspierające rynek prasy w czasie epidemii i utworzenie Funduszu Misji Publicznej. Wśród znalazły się m.in. zerowa stawka VAT na prasę, rekompensaty za utracone przychody reklamowe w postaci zamawiania przez rząd płatnych ogłoszeń, wsparcie finansowe dla dystrybucji prasy do odległych obszarów kraju. IWP zaproponowała także nałożenie na supermarkety i minimarkety obowiązku sprzedaży prasy czy udzielenie preferencyjnych kredytów firmom zajmującym się dystrybucją prasy.
Izba Wydawców Prasy przygotowała krótki spot, w którym redaktorzy naczelni dzienników i tygodników apelują o czytanie prasy w czasach pandemii. „Czytajcie prasę, bądźmy razem!" - to główne hasło klipu.
Google News Initiative uruchomiło Dziennikarski Fundusz Ratunkowy, który ma zapewnić wsparcie lokalnym wydawcom na całym świecie, dotkniętym kryzysem spowodowanym pandemią. Google przekazało też 1 mln dol. Międzynarodowemu Centrum Dziennikarzy, które pomaga dziennikarzom pracującym na całym świecie, a także Dart Center for Journalism and Trauma, prowadzonym przez Columbia Journalism School i wspierającym dziennikarzy narażonych na traumatyczne przeżycia podczas kryzysu.
21 kwietnia ukazało się podwójne (na dwa miesiące) wydanie miesięcznika „Zwierciadło" (Wydawnictwo Zwierciadło). Na zmianę cyklu wydawniczego zdecydował się również wydawca miesięcznika „Vogue Polska" (Visteria), który także ukazał się w kwietniu jako wydanie na dwa miesiące.
Stowarzyszenie Gazet Lokalnych opublikowało film, w którym zachęcało czytelników do sięgania po prasę. „Czy można funkcjonować bez sięgania po swoją lokalną gazetę? Czy wystarczy korzystanie z Internetu? Siłą tej prasy jest informacja lokalna, której nie znajdziesz nigdzie indziej. Tysiące mieszkańców małych miast i wiosek o tym doskonale wie" – napisało SGL w opublikowanym komunikacie.

MAJ

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich zaapelowało o pomoc dla mediów i dziennikarzy. SDP zaproponowało m.in. subsydiowanie papierowych wydań dzienników i tygodników, specjalne wsparcie dla mediów regionalnych i lokalnych oraz dla dziennikarzy freelancerów, ulgę podatkową na prenumeratę prasy oraz utworzenie przez Skarb Państwa Fundacji Dziennikarskiej, która zajmowałaby się koordynacją działań związanych ze wsparciem środowiska dziennikarskiego.
Tylko dziewięć firm związanych z rynkiem mediów znalazło się na „Liście 500" największych polskich przedsiębiorstw, opublikowanej przez „Rzeczpospolitą" (Gremi Media). Jedną z nich był Kolporter, który znalazł się na 240. miejscu. Drugą

firmą związaną z branżą prasową, która trafiła na listę była Agora S.A. (258. miejsce).
150 polskich redakcji otrzymało pomoc od Google w ramach funduszu wsparcia dla lokalnych wydawców. Większość z nich dostała od 5 tys. do 7 tys. dol., w zależności od liczby pracowników. Wsparcie otrzymały m.in. Wydawnictwo Bauer uruchomiło akcję społeczną „Nasz przyjaciel sprzedawca". W wybranych tytułach pojawiły się zdjęcia oraz wypowiedzi sprzedawców. Akcja miała na celu podziękowanie im za pracę w trudnym czasie pandemii. Wzięły w niej udział m.in. „Tele Tydzień", „Kurier TV", „Świat seriali", „TV14", „Przyjaciółka", „Show", „Naj", „Tina", „Poradnik Domowy", „Pani Domu", „100 Rad".
„Dziennik Zachodni" zaapelował o zaprzestanie hejtu wobec górników, którzy byli oskarżani w Internecie o roznoszenie koronawirusa. W ramach akcji opublikowano dwie grafiki autorstwa Tomasza Bocheńskiego, z hasłami: „Śląsku trzymaj się. Dacie radę!" oraz „Jeżech ze Slonska! Poradzymy!".
W maju 30-lecie istnienia obchodził Kolporter. Powstanie w 1990 r. prywatnej firmy kolporterskiej zdaniem wielu medioznawców miało istotny wpływ na rozwój rynku prasowego w Polsce.

CZERWIEC

Z okazji Dnia Dziecka wydanie „Dziennika Gazety Prawnej" (Infor Biznes) zostało przygotowane w całości przez dzieci, które uczestniczyły w kolegium redakcyjnym, ustaliły zawartość gazety, napisały i zilustrowały artykuły. W związku z pandemią dzieci redagowały gazetę zdalnie, a motywem przewodnim były zmiany spowodowane przez koronawirusa 15 czerwca stulecie istnienia obchodziła „Rzeczpospolita" (Gremi Media). Z tej okazji ukazał się specjalny dodatek, poświęcony historii dziennika. Przedstawiono w nim m.in. relacje z najważniejszych momentów w historii „Rzeczpospolitej" oraz teksty Stefana Żeromskiego, Czesława Miłosza i Gustawa Herlinga-Grudzińskiego.

LIPIEC

23 lipca „Rzeczpospolita" (Gremi Media), w ramach kampanii „Odporni na dezinformację", opublikowała dekalog walki z fake newsami. Miał on pomóc w rozpoznaniu fałszywych, zmanipulowanych treści. „Rzeczpospolita" zdecydowała się na długofalową kampanię walki z fake newsami, które okazały się w czasie pandemii jednym z groźniejszych społecznie zjawisk.
W lipcu trzy tygodniki: „Newsweek Polska" (Ringier Axel Springer Polska), „Polityka" (Polityka), „Tygodnik Powszechny" (Tygodnik Powszechny) i „Gazeta Polska" (Niezależne Wydawnictwo Polskie) zanotowały wzrost sprzedaży rok do roku.
W ramach cyklu „Żyjmy lepiej" tygodnik „Polityka" wydał 29 lipca „(Po)pandemiczny poradnik fizyczny. Trzymaj formę". Wydawnictwo było poświęcone aktywności fizycznej i diecie, zalecanym wszystkim osobom, które z powodu pandemii musiały ograniczyć dotychczasowe ćwiczenia i treningi.
Agencja gamingowa Fantasyexpo odkupiła od Wydawnictwa Bauer prawa do wydawania tytułu „CD Action". Pismo, doskonale znane miłośnikom gier komputerowych, powstało w 1996 roku.

SIERPIEŃ

Redakcja „Rzeczpospolitej" (Gremi Media) włączyła się w akcję pomocy i zbierania pieniędzy dla ofiar eksplozji w stolicy Libanu. Zbiórkę „Pomóżmy wspólnie Bejrutowi" dla Polskiego Centrum Pomocy Międzynarodowej uruchomiła także „Gazeta Wyborcza" (Agora). W gigantycznej eksplozji w Bejrucie zginęło ponad 100 osób, a tysiące straciły domy.
Wydawnictwo Polityka przejęło od Prószyński Media miesięcznik popularnonaukowy „Wiedza i Życie", jeden z najstarszych tytułów w Polsce (ukazuje się od 1910 roku). W portfolio Prószyński Media zostały dwa czasopisma – „Nowa Fantastyka" i „Świat Nauki".

WRZESIEŃ

18 września ukazał się pierwszy numer tygodnika „Fakty po Mitach", stworzonego przez dziennikarzy zamkniętych „Faktów i Mitów". Redaktorem naczelnym i wydawcą jest Dariusz Cychol.
Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich zainicjowało akcję „Solidarni z Białorusią – dziennikarze polscy dla dziennikarzy białoruskich". W jej ramach przygotowano cykl filmów, w któ-

rych znane postacie polskich mediów występowały w obronie niezależności i wolności kolegów z Białorusi.

PAŹDZIERNIK

Stowarzyszenie Gazet Lokalnych ruszyło z akcją wsparcia dziennikarzy z Białorusi. Zaplanowało zorganizowanie ofiarom represji urlopów w Polsce. Swój udział w akcji zgłosiło ok. dziesięciu lokalnych redakcji.
Polska Agencja Prsaowa przekazała spółce dziennikarskiej licencję na wydawanie pism z portfolio „Detektywa". Dziennikarze magazynów „Detektyw" oraz „Detektyw Wydanie Specjalne" założyli własną spółkę i otrzymali licencję na ich wydawanie.
Swoje 70 urodziny obchodził magazyn „Burda Style". Z tej okazji ukazał o się specjalne wydanie magazynu, wydrukowane na papierze o gramaturze 80 g, z uszlachetnioną okładką. Do części nakładu dołączono mgiełkę do twarzy marki Bielenda oraz metkę odzieżową „Uszyte z miłością. Burda Style".

LISTOPAD

Wydawnictwo Gremi Media wznowiło drukowaną wersję magazynu „Sukces", jako wydanie specjalne dostępne wyłącznie dla prenumeratorów „Rzeczpospolitej".
Tomasz Gutry, fotoreporter „Tygodnika Solidarność", został ranny w twarz podczas zamieszek towarzyszących listopadowemu Marszowi Niepodległości. Poszkodowani zostali także m.in. dziennikarze „Newsweek Polska" i „Krytyki Politycznej". Tomasz Gutry został postrzelony przez interweniujących policjantów z broni gładkolufowej.
Prezes Izby Wydawców Prasy i redaktor naczelny „Rzeczpospolitej" Bogusław Chrabota został wybrany na wiceprezesa Europejskiego Stowarzyszenia Wydawców Gazet (ENPA).

GRUDZIEŃ

Grudniowy „Vogue Polska" ukazał się z trzema okładkami. Na wszystkich znalazła się Anja Rubik, która jednoznacznie wspiera trwający Strajk Kobiet. Hasłem przewodnim wydania jest „Siła kobiet".
Wydawnictwo Agora w zainicjowanej wiosną akcji charytatywnej „Nadzieja" zebrało ponad 1,5 mln zł. Pieniądze ze sprzedaży książki o tym samym tytule zostały przeznaczone na wsparcie 58 ośrodków pomocy społecznej, a także hospicjów.
Tematem numer jeden na rynku prasowym był w grudniu zakup wydawnictwa Polska Presse przez państwowego paliwowego giganta – Orlen. Tym samym spółka skarbu państwa stanie się właścicielem i wydawcą 20 dzienników regionalnych i ok. 120 tygodników lokalnych.

OPRAC. (DM)

Opinie

Piotr Zmelonek, dyrektor pionu wydawniczego „Polityki": 2020 był rokiem pełnym wyzwań, dostosowywania się do zmieniających się okoliczności towarzyszących pandemii oraz przyspieszenia niektórych trendów rynkowych. I dla wydawców i dla dystrybutorów mijający rok przyniósł zmianę sposobu pracy. W przypadku wydawnictw, redakcje ale też działy administracyjne wciąż jeszcze pracują zdalnie i zapewne w tej kwestii jeszcze przez dłuższy czas nic się nie zmieni.
Z kolei rynek dystrybucji prasy i sama dystrybucja wykazały się w obliczu pandemii wyjątkową elastycznością, sprawnością i umiejętnym dostosowaniem się do szybko zmieniających się okoliczności i obostrzeń sanitarnych. Przy okazji pierwszej fali Kolporter szybko i trafnie zareagował na wprowadzane ograniczenia. Do drugiej fali i ponownie wprowadzanych obostrzeń był już bardzo dobrze przygotowany od każdej strony. Wszystkim pracownikom i współpracownikom Kolportera, logistykom, ekspedytorom, kierowcom, magazynierom, analitykom i osobom bezpośrednio współpracującym z wydawcami należą się wielkie podziękowania. Te podziękowania kierujemy też w stronę sprzedawców, których codzienna praca pozwala na kontakt czytelników ze swoimi tytułami prasowymi.

Końcówka roku z kolei przyniosła duże zmiany strukturalne na rynku prasy. Orlen przejął Polska Press, jedną z największych grup wydawniczych w Polsce. 20 dzienników regionalnych i setki stron internetowych trafiło w ręce podmiotu, którego podstawową działalnością jest obszar paliwowy. Jest to sytuacja bez precedensu, która może wpłynąć, o czym ostrzega również Rzecznik Praw Obywatelskich, na wolność prasy w Polsce. Wcześniejsze przejęcie Ruchu SA a teraz wejście Orlenu na rynek wydawniczy rodzi pytania o rolę państwa w kształtowaniu rynku prasowego i obawy o równe traktowanie wszystkich podmiotów, zarówno dystrybutorów, jak i wydawców, funkcjonujących na tym rynku.

Grand Press dla najlepszych

W grudniu 2020 r. już po raz 24. wręczono statuetki Grand Press – doroczne nagrody dla najlepszych polskich dziennikarzy prasy, radia i telewizji. Tytuł Dziennikarza Roku otrzymał Dariusz Rosiak, autor podcastu „Raport o stanie świata", wcześniej znanego z anteny radiowej „Trójki".

FOT. PRESS

Nagrodę dla Dziennikarza Roku odbiera Dariusz Rosiak (pierwszy z prawej).

Nagroda Grand Press to najbardziej prestiżowe wyróżnienie dla polskich dziennikarzy. Pomysłodawcą i głównym organizatorem wszystkich edycji konkursu jest miesięcznik branżowy „Press". Kandydaci do nagrody są zgłaszani przez redakcje gazet i czasopism, stacji radiowych i telewizyjnych, portali internetowych – do nagrody za 2020 r. zgłoszono 946 kandydatur. Decyzje o przyznaniu tytułu w poszczególnych kategoriach podejmuje jury konkursu, biorąc pod uwagę m.in. walory warsztatowe, znaczenie materiału dla opinii publicznej, zachowanie standardów etycznych dziennikarstwa. Dziennikarza Roku wybierają same redakcje – nagrodę otrzymuje osoba, która otrzymała najwięcej nominacji. Dariusz Rosiak został uhonorowany tym tytułem m.in. „za stworzenie nowej przestrzeni dla niezależnego dziennikarstwa, za audycję, która kształtuje wiedzę o świecie tysięcy słuchaczy", jak uzasadnił nagrodę Andrzej Skworz, redaktor naczelny magazynu „Press". Nagroda im. Bohdana Tomaszewskiego została przyznana już po raz szósty. Ustanowił ją magazyn „Press" w porozumieniu z Fundacją im. Bohdana Tomaszewskiego. W tym roku uhonorowany został Maciej Petruczenko z „Przeglądu Sportowego", który w 2020 roku obchodził jubileusz 50-lecia pracy. Grand Press Economy – nagrodę dla dziennikarza ekonomicznego – odebrał natomiast Grzegorz Siemionczyk („Parkiet", „Rzeczpospolita"). Tytułem Grand Press Digital, przyznawanym za innowacyjne podejście do wykorzystania nowych technologii, uhonorowano z kolei stację internetową Newonce.

Nagrodzeni Grand Press 2020 w poszczególnych kategoriach:

- NEWS: „Wybory, których nie było, kosztowały Pocztę Polską blisko 70 milionów. Ujawniamy dokumenty" – Szymon Jadczak (TVN24.pl).
- DZIENNIKARSTWO ŚLEDCZE: Cykl: „Zdemaskowani", „Respiratory od handlarza bronią", „Lewe respiratory pod osłoną służb" – Wojciech Czuchnowski, Judyta Watoła, Jacek Brzuszkiewicz („Gazeta Wyborcza").
- PUBLICYSTYKA: „Zwierzę przemysłowe" – Agnieszka Sowa („Polityka").
- REPORTAŻ PRASOWY/ INTERNETOWY: „Miłość w czasach zarazy" – Janusz Schwertner (Onet).
- REPORTAŻ TV/ WIDEO: „Niech toną" – Wojciech Bojanowski („Superwizjer TVN").
- REPORTAŻ RADIOWY: Cykl „Śledztwo Pisma, sezon 2" – Barbara Sowa („Pismo. Magazyn opinii").
- DZIENNIKARSTWO SPECJALISTYCZNE: Cykl: „Tysiące dzieci wypadło z systemu. Gdzie ich szukać"? – Justyna Suchecka (TVN24.pl).

Nagrody Grand Press przyznało jury, w którym w tym roku zasiadali: Andrzej Andrysiak („Gazeta Radomszczańska"), Mariusz Janicki („Polityka"), Marcin Kowalczyk („Dziennik Łódzki"), Dominika Kozłowska („Znak"), Paweł Ławiński (Onet), Bianka Mikołajewska (OKO.press), Edward Miszczak (TVN), Andrzej Skworz („Press"), Radosław Sławiński (Polsat), Aleksandra Sobczak („Gazeta Wyborcza"), Tadeusz Sołtys (RMF FM), Marek Twaróg („Dziennik Zachodni") oraz Agnieszka Wiśniewska (Krytykapolityczna.pl).

REKLAMA

MojiPops Adventure – nowa seria bestsellerowej kolekcji!

MojiPops, które dzięki wymiennym twarzyczkom potrafią wyrażać swoje emocje, powracają! Nowa seria MojiPops Adventure obejmuje ponad 90 postaci do zebrania, w tym tę najrzadszą, trudną do znalezienia Sparkle Spots, czyli strażniczkę magicznych klejnotów. W tej przygodowej serii dzieci znajdą również figurki z efektem Sparkling i Jelly oraz 12 zupełnie nowych minek! Pojedyncze figurki MojiPops dostępne są w tzw. one packach.

MojiPops Adventure to świat niekończących się przygód. Zestaw startowy pozwoli maluchom poznać szczegóły serii oraz jej bohaterki, a dzięki naklejkom dołączyć do zabawy. W zestawie znajdują się też 2 figurki MojiPops Adventure (w tym jedna Jelly), wyjątkowa chatka Glitter Team Hut oraz woreczek do noszenia ze sobą ulubionych figurek.

Każda MojiPops ma malutką chatkę Team Hut (jest 6 różnych modeli w 2 wersjach kolorystycznych) gdzie może się zrelaksować i miło spędzić czas. A każda z drużyn MojiPops Adventure spotyka się w swoim wyjątkowym miejscu Team Spot (jest 6 różnych modeli), by planować nowe przygody lub bawić się z przyjaciółmi. Każdy Team Spot oprócz figurki ukrywa ekskluzywne akcesoria oraz mały klejnocik, który można przypiąć do bransoletki.

Na dzieci, które szybko chciałyby uzupełnić swoją kolekcję MojiPops Adventure, czeka Blister 8 Pack, czyli aż 8 figurek, w tym dwie rzadkie z efektem Jelly. Z kolei w Bistrze 4 Team Hut są 4 postacie (w tym 1 z efektem Sparkling) oraz dwie chatki Team Huts.

Premierze serii na polskim rynku towarzyszy szeroka kampania telewizyjna oraz w mediach społecznościowych.

Zapraszamy do wspólnej przygody z MojiPops Adventure!

Słowa, które bolą

Nasz język staje się coraz brutalniejszy, bardziej agresywny – to fakt, na który zwracają uwagę nie tylko językoznawcy. Język debat politycznych, język Internetu, słowa, które często padają w przestrzeni publicznej jeszcze kilka lat temu byłby uznane za absolutnie niedopuszczalne. Agresywny język przenika również do mediów. Jest tak wszechobecny, że zaczyna być poważnym problemem społecznym.

Agresja językowa towarzyszy nam dziś właściwie stale – zarówno w mediach społecznościowych, jak i transmisjach z obrad Sejmu. Jesteśmy przez znaczną część dnia atakowani przez ostre zwroty, sformułowania, słowa. Sytuacji nie pomaga z pewnością ostry spór polityczny i podział społeczeństwa, które są naszym udziałem od co najmniej kilkunastu lat.
To nie tylko stępia naszą wrażliwość na brutalność określonych wypowiedzi, ale też zmienia podświadomie nasz sposób wyrażania się. Staramy się dostosować do specyfiki aktualnej komunikacji, wypowiadamy się ostrzej, chętniej krytykujemy, używamy mocniejszych słów… Zmienia się również język mediów. Zdecydowanie najbardziej radykalny jest dziś język Internetu, na drugim biegunie znajduje się natomiast tradycyjna prasa. Ale ona coraz częściej też ulega rosnącej agresji słowa…

FOT. GETTYIMAGES

OFIARY MAJĄ GŁOS

Problem brutalizacji języka nie jest błahy. Agresywny język to jeden z częstszych elementów mobbingu, agresja językowa często jest też tylko wstępem do agresji fizycznej. Słowna przemoc jest faktem, a słowa mogą wywoływać ból.
– O przemocy werbalnej mówimy wtedy, gdy świadomie używamy języka do obrażania, poniżania, nękania lub marginalizowania jednostek lub grup ludzi. Akt mowy to na pierwszy rzut oka ciąg słów. Dopiero to jego znaczenie może prowadzić do poważnych szkód emocjonalnych odbiorcy. Język kształtuje percepcję każdego człowieka i prowadzi od uprzedzeń i stygmatyzacji, aż do braku szacunku i agresywnego zachowania.
Uznanie, że słowa mogą być źródłem przemocy jest zatem ważnym krokiem w dążeniu do stworzenia miejsca wolnego od przemocy – wyjaśnia Cornelia Lahmann, lingwistka z platformy do nauki języków obcych Babbel, która jest organizatorem kampanii społecznej #NiePrzesadzam. Kampania ma na celu zwiększenie świadomości na temat agresji językowej stosowanej wobec kobiet, bo to one właśnie znacznie częściej niż mężczyźni padają ofiarami przemocy werbalnej. Partnerem wydarzenia została Fundacja Centrum Praw Kobiet. Kampania spotkała się z dużym zainteresowaniem mediów, które – co istotne – również w znaczącym stopniu wpływają na nasz język. Co mogą realnie zrobić, jak wpływać na zmniejszenie poziomu słownej agresji? Odpowiedzi na te pytania próbują znaleźć również organizatorki akcji #NiePrzesadzam.

PILNUJMY JĘZYKA

– Każdy z nas powinien być uczony komunikowania się bez użycia przemocy. Język jest ważnym filtrem, przez który postrzegamy świat. Wpływa na sposób, w jaki myślimy i co myślimy. Ale wpływa również na nasze działania. Komunikacja bez przemocy jest zatem ważnym krokiem w dążeniu do eliminacji przemocy w naszych działaniach. Zwłaszcza osoby pracujące w prasie – czy drukowanej, czy online – powinny być świadome swojej odpowiedzialności, słowami docierają do dużej liczby osób i wpływają na nie – zauważa Cornelia Lahmann, lingwistka w Babbel. I dodaje:

– Bezustannie musimy się kształcić w zakresie komunikacji bez przemocy werbalnej. Każdy, kto wyraża swoje zdanie bądź opinię, powinien być zobligowany do tego, by robić to bez użycia przemocy słownej. Umiejętność wyrażania się w sposób, który jest wolny od przemocy werbalnej wymaga jednak pracy nad sobą: to wiele więcej niż unikanie bolesnych, obraźliwych, seksistowskich, czy agresywnych słów. Aby móc wprowadzić ją w życie, konieczne jest przyswojenie wiedzy na temat wszystkich rodzajów przemocy werbalnej. Ponadto ważna jest także sama praktyka i ciągła refleksja z zakresie komunikacji wolnej od krzywdzących zwrotów.
– Język, jakim posługują się media odgrywa ogromną rolę, ponieważ kształtuje on zbiorową wyobraźnię i świadomość. Nie bez znaczenia jest w tym kontekście opiniotwórcza działalność prasy. Język bez przemocy, kształtowanie świadomości wolnej od stereotypów, poruszanie kwestii istotnych społeczne – to domeny prawdziwie odpowiedzialnych mediów, biorących sobie do serca misję rzetelnego dziennikarstwa. Te piękne idee miał upowszechniać na masową skalę Internet, i owszem, robi to – jednak pod internetowymi publikacjami krzewi się zjawisko anonimowego hejtu, wylewającego się w komentarzach pod artykułami czy postami w mediach społecznościowych. Internetowe medium ma swoje blaski i cienie, w których odbija się stan społecznej świadomości, także tej dotyczącej kwestii przemocy, praw kobiet i równości płci. Prasa wciąż daje możliwość stworzenia klarownego przekazu informacyjnego czy edukacyjnego, wobec którego odbiorca czy odbiorczyni sam/a może wyrobić sobie własną opinię czy refleksję – ocenia Urszula Nowakowska, prezeska Fundacji Centrum Praw Kobiet

DEFICYT MISTRZÓW

O tym, że gazety i czasopisma wpływają w istotny sposób na nasz język przekonany jest również Marek Frąckowiak, dyrektor Izby Wydawców Prasy.
– Nie mam najlepszego zdania o standardach językowych kreowanych obecnie przez gazety i czasopisma. Natomiast oczywiście to robią. Kiedyś język książek, język prasy to był, może nie najwyższych lotów, ale przyzwoity język literacki. Można się było dowiadywać jak się mówi, jak się coś pisze, jak wypada mówić, o czym wypada mówić z lektury, niekoniecznie ze szkoły, ale z lektury właśnie. Występowało takie zjawisko, że ludzie – chcąc mówić porządnie i w sposób zrozumiały, chcąc umieć ze sobą rozmawiać – uczyli się tego m.in. z prasy. Dostosowywali swój język i sposób wysławiania się do tego języka prasowego i książkowego – mówi Marek Frąckowiak.
– Niestety od pewnego czasu obserwuję zjawisko odwrotne, kiedy w pogoni za poczytnością i popularnością prasa zaczęła dostosowywać swój język do języka potocznego. Nobilitację uzyskują zwroty, wyrażenia potoczne, czasem nawet wulgarne, czy po prostu nie ładne czy nieeleganckie. Zaczyna brakować mistrzów, którzy kiedyś uczyli jak powinno się pisać i nie tylko jakich używać słów, ale jak wypada pisać o pewnych sprawach. Język to nie tylko proste znaczenia, to także coś co się nazywa melodią języka. Czasami jest tak, że wiadomo, że pewnych fraz używa się w jakimś kontekście,

w jakimś znaczeniu – to wszystko wiedzieliśmy zazwyczaj dzięki lekturze dobrych książek i dobrej prasy. I tego ostatnio coraz częściej brakuje. Niestety, przekłada się to na standardy komunikacji i na relacje międzyludzkie – dodaje.

POWSTRZYMAĆ AGRESJĘ

O tym, że agresja słowna jest dziś w zasadzie wszechobecna nie trzeba nikogo przekonywać. Problemem i kluczowym pytaniem jest jak można ją powstrzymać? I czy w ogóle można? Jaką rolę ma tu do odegrania prasa?
– Tej agresji jest zdecydowanie zbyt wiele również w języku prasowym. Często przejawia się nawet w formie relacji. Ktoś relacjonuje co inny powiedział czy napisał, relacjonuje często dosłownie – nie zawsze dla informacji, czasami dla poczytności. Zawsze uważałem, że nie wszystko i nie każdy zasługuje na to żeby o nim mówić głośno w mediach, czy pisać w prasie. Prasa powinna pokazywać rzeczywistość, ale z całą pewnością są ludzie, zachowania i wyrażenia, które można potępić, jednocześnie nie robiąc im reklamy, nie przysparzając dodatkowej popularności. Myślę, że powinniśmy się uczyć ze sobą rozmawiać, także na łamach prasy. Nie okładać się za pomocą słów, języka i artykułów tylko właśnie ze sobą rozmawiać – zauważa Marek Frąckowiak.
Jacek Ślusarczyk, prezes „Tygodnika Powszechnego" pytany o to czy język prasowy jest wolny od agresji odpowiada krótko „Nie jest". Podaje jednak przykład pokazujący jak można skutecznie przeciwdziałać temu zjawisku. – Przed kilkunastoma laty miałem sposobność poznać zmarłego w 2017 roku Françoisa Régisa Hutina, przez ponad trzydzieści lat był on redaktorem naczelnym i prezydentem największego francuskiego dziennika „Ouest France". Ta gazeta zatrudnia 1300 pracowników, codziennie sprzedaje się we Francji w ilości 790 tysięcy egzemplarzy papierowego wydania a strona internetowa dziennika czytana jest przez kilkanaście milionów czytelników. W moim przekonaniu źródłem tego sukcesu i wielkiej poczytności dziennika jest poszanowanie i przestrzeganie przez dziennikarzy kodeksu etycznego, opracowanego przed laty przez Françoisa Hutina. Kodeks dotyczy sposobu prezentowania na łamach faktów i wydarzeń. Streszcza się w kilku prostych zasadach: „Mówić, nie szkodząc; pokazywać, nie szokując; dawać świadectwo bez agresji; ujawniać nie potępiając". Cóż, mówiąc krótko, respektowanie tych zasad w Polsce pozwoliłoby uwolnić język prasowy od agresji, jednocześnie kształtując dobre standardy komunikacji – mówi Jacek Ślusarczyk.

DARIUSZ MATEREK
KINGA SZYMKIEWICZ

Przegląd najważniejszych wydarzeń ostatnich tygodni – w Polsce i na świecie.

Kwarantanna narodowa

Co najmniej do 17 stycznia br. obowiązuje w Polsce tzw. kwarantanna narodowa. Zamknięte są m.in. galerie handlowe, restauracje, hotele, siłownie i stoki narciarskie. W chwili, gdy oddawaliśmy ten numer druku, nie było jeszcze wiadomo, czy restrykcje zostaną przedłużone lub złagodzone i czy przynajmniej część uczniów wróci po feriach do szkół.

Robert Lewandowski najlepszy na świecie

Robert Lewandowski, reprezentant Polski i zawodnik Bayernu Monachium, wygrał plebiscyt FIFA na Piłkarza Roku. Jest pierwszym Polakiem, który otrzymał to wyróżnienie. W finałowej trójce znaleźli też Cristiano Ronaldo i Lionel Messi, ale to Polak zdobył najwięcej punktów. Lewandowski został wybrany również do najlepszej jedenastki roku.

ZDJĘCIA: DOMENA PUBLICZNA

Sukces polskiego golfisty

Polski golfista Adrian Meronk zajął drugie miejsce (razem z trzema innymi zawodnikami) w prestiżowym turnieju European Tour w RPA. To największy sukces polskiego golfa w historii. Dzięki udanemu występowi w RPA Meronk zapewnił sobie udział w igrzyskach olimpijskich i zarobił ponad pół miliona złotych.

Finał WOŚP 31 stycznia

wielka orkiestra świątecznej pomocy

W związku z ogłoszeniem kwarantanny narodowej termin finału WOŚP został przeniesiony z 10 na 31 stycznia 2021 roku. W tym roku pieniądze będą zbierane na wsparcie oddziałów dziecięcej laryngologii, otolaryngologii i diagnostyki głowy. W zbiórkę włączy się 120 tys. wolontariuszy, zarejestrowanych w sztabach na całym świecie.

Prasa na świecie

Szefowa na Europę
Szefową amerykańskiego wydawnictwa Condé Nast w Europie została Natalia Gamero del Castillo (na zdjęciu). To nowe stanowisko, a menedżerka będzie odpowiadać za działania w Wielkiej Brytanii, Francji, Hiszpanii, Niemczech oraz we Włoszech. W tych krajach Condé Nast ma łącznie ponad 100 mln czytelników miesięcznie.

ZDJĘCIA: DOMENA PUBLICZNA, FACEBOOK, TWITTER

Kardynał pozwał tygodnik
Kardynał Giovanni Angelo Becciu zażądał 10 mln euro od włoskiego tygodnika „L'Espresso". Becciu uważa, że został zniesławiony i przez to pozbawiony prawa do udziału w konklawe, a nawet wyboru na papieża. Tygodnik pisał na temat finansowych decyzji dostojnika, w tym o przekazaniu pieniędzy z Watykanu firmie jego brata z Sardynii, a także o sprawie zakupu przez Watykan kosztownej nieruchomości w Londynie.

Prasa pożegnała legendę
Największe światowe gazety, nie tylko sportowe, pożegnały piłkarską legendę, Argentyńczyka Diego Armando Maradonę. Oprócz argentyńskich tytułów, takich jak „La Nacion" i „Clarin", informacje o śmierci na pierwszych stronach zamieściły takie gazety, jak „Liberation", „L'Equipe", „La Gazzetta dello Sport", „Daily Mirror", „The Times", „The Gauardian" czy „Le Parisien".

„NYT" udostępnia zasoby
W związku z pandemią i koniecznością nauki zdalnej dziennik „The New York Times" do 1 września 2020 roku udostępnił bezpłatnie swoje cyfrowe zasoby amerykańskim uczniom i nauczycielom. Uczniowie i nauczyciele otrzymali dostęp do treści z serwisu Nytimes.com, aplikacji mobilnej oraz platformy e-learningowej The Learning Network.

Google

Google zapłaci
Google zawarło porozumienia z sześcioma francuskimi tytułami prasowymi, którym będzie płacić za wykorzystywanie ich treści w swojej wyszukiwarce. Porozumienie podpisano z: „Le Monde", „Le Figaro", „Liberation", „L'Express", „L'Obs" oraz „Courrier International". Wysokość opłaty ma zależeć m.in. od dziennej liczby publikacji i miesięcznego ruchu.

Utrzymać więź z czytelnikami

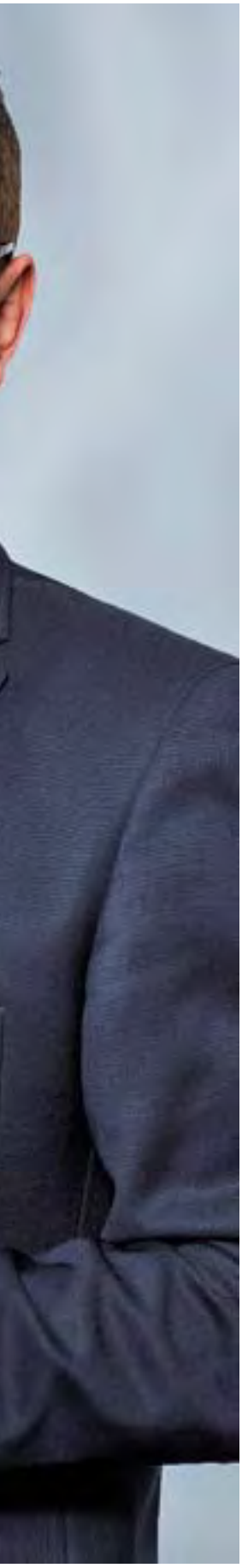
Rozmowa z Piotrem Ludwickim, dyrektorem ds. dystrybucji i obsługi klienta Wydawnictwa Bauer.

Jakie zmiany i wyzwania przyniósł rynkowi prasowemu rok 2020?
– Dla Wydawnictwa Bauer rok 2020 to okres diametralnych zmian przede wszystkim w obszarze organizacji pracy całego kilkusetosobowego zespołu. W ciągu zaledwie kilkunastu dni marca, w sytuacji rosnącego zagrożenia epidemicznego, redakcje, biuro reklamy jak również wszystkie działy wsparcia zostały wyposażone w niezbędny sprzęt i oddelegowane do pracy zdalnej. Z dnia na dzień sytuacja zmusiła nas do adaptacji nowoczesnych narzędzi IT i zmiany wielu procedur jak również modyfikacji sposobu zarządzania pracą. Okazało się, że w pełni sprostaliśmy tak poważnemu wyzwaniu. Udało się utrzymać dotychczasowe procesy wydawnicze i wszystkie nasze tytuły bez zakłóceń trafiły do sprzedaży.

Jak na wybuch pandemii zareagowali czytelnicy?
– Po początkowej, wiosennej fazie epidemii, w następstwie kolejno wprowadzanych obostrzeń, sprzedaż detaliczna prasy gwałtownie spadła. Nie trwało to na szczęście długo i począwszy od momentu zniesienia pełnego lockdownu notowaliśmy stabilny choć powolny powrót czytelników do regularnych zakupów naszych magazynów. W obecnej chwili wiele wydawanych przez nas tytułów osiągnęło poziom sprzedaży zgodny z historycznym trendem. Z optymizmem patrzymy w najbliższą przyszłość, wierząc że sytuacja związana z negatywnymi skutkami kolejnej fali pandemii będzie ulegała poprawie, a nasi wierni czytelnicy już bezpiecznie i bez przeszkód będą mogli nadal kupować swoje ulubione czasopisma.

Na ile – w Pana ocenie – epidemia koronawirusa zmieniła rynek prasowy? Jak oceniają Państwo jego obecną kondycję?
– Pierwsza fala pandemii, która rozpoczęła się w kraju na przełomie lutego i marca br. oraz wprowadzony w jej następstwie stan zagrożenia epidemicznego, wywołały w tamtym okresie szereg

Wydawnictwo Bauer działa w Polsce od 1991 roku. Wydaje poradniki, pisma rozrywkowe, luksusowe, kulinarne, z życiowymi historiami, magazyny popularnonaukowe, hobbystyczne, motoryzacyjne, telewizyjne i młodzieżowe. W pierwszej dziesiątce najchętniej czytanych przez Polaków magazynów znajduje się pięć tytułów Wydawnictwa Bauer: „Tele Tydzień", „Życie na Gorąco", „Chwila dla Ciebie", „Twój Styl" i „Tina".



FOT. WYDAWNICTWO BAUER

PRASA MA SIŁĘ

Pod tym hasłem publikujemy cykl wywiadów z wydawcami. Jesteśmy przekonani, że prasa ma siłę, że jest bardzo ważnym elementem życia społecznego. Trzeba jednak rozmawiać o jej znaczeniu, o tym, w jakich kierunkach może i powinna się rozwijać. Dlatego wspólnie będziemy próbowali znaleźć odpowiedzi na pytania kluczowe dla rynku prasowego, rozmawiać o perspektywach i szansach, ale także o zagrożeniach. Dziś, w dobie pandemii, stajemy wobec zupełnie nowej rzeczywistości, która całkowicie przedefiniowała wiele dotychczasowych twierdzeń i poglądów. Tym bardziej więc ważna wydaje się dyskusja, wymiana poglądów i doświadczeń, wspólne poszukiwanie nowych rozwiązań. Temu celowi ma właśnie służyć nasz nowy cykl.

bezprecedensowych zdarzeń na rynku sprzedaży detalicznej. Kolejne obostrzenia wprowadzane przez rząd wraz z całkowitym lockdownem praktycznie z dnia na dzień zmusiły ludzi do pozostania domach. Od połowy marca mogliśmy obserwować gwałtowny spadek sprzedaży towarów w tradycyjnych punktach handlowych jak również w nowoczesnych, zorganizowanych sieciach. Dotknęło to oczywiście także prasę drukowaną. Paradoksalnie najmniej w tamtym okresie ucierpiały tradycyjne formaty, takie jak wolnostojące kioski, w których ludzie prawdopodobnie najmniej obawiali się dokonywania zakupów. Z drugiej strony z oczywistych względów sprzedaż w punktach zlokalizowanych w galeriach handlowych i na lotniskach praktycznie z dnia na dzień zamarła.

Skutki epidemii bardzo nierównomiernie dotknęły tytuły z różnych segmentów wydawniczych. Uogólniając można stwierdzić, że tytuły tzw. zasięgowe, masowe, które docierają do większości punktów sprzedaży detalicznej odczuły skutki pandemii w stopniu najmniejszym. Model ich dystrybucji pozwalał czytelnikom na płynną zmianę dotychczasowych miejsc zakupu, na takie które w ich ocenie były bezpieczniejsze, lub też po prostu nieobjęte obostrzeniami. Tytuły luksusowe, specjalistyczne, o relatywnie wysokich cenach, kierowane do ograniczonych grup odbiorców i dostępne raczej w punktach zlokalizowanych w galeriach handlowych i innych wyspecjalizowanych przestrzeniach komercyjnych dotknięte zostały najmocniej. Ciekawostką jest wyraźny wzrost sprzedaży tytułów krzyżówkowych i szaradziarskich jak również pism o tematyce religijnej.

Prasa tradycyjna, papierowa, to cały czas ważny element społecznego systemu komunikacji. Czy – wPaństwa ocenie – można coś zrobić aby poprawić jej czytelnictwo?

– Rynek dystrybucji prasy w Polsce to dziś ponad miliard egzemplarzy nakładu jaki rocznie trafia za pośrednictwem kolporterów do punktów sprzedaży i ostatecznie do rąk czytelników. Ten fakt obrazuje jak ważnym produktem codziennej potrzeby jest tradycyjna drukowana prasa. Mimo zmian o charakterze globalnym jaki od lat postępuje w sposobach konsumpcji mediów jest ona nadal istotnym kanałem przepływu informacji, formą rozrywki (często intelektualnej), a także niezwykle istotnym kanałem komunikacji, w tym także komunikacji marketingowej i reklamowej. Prasa postrzegana jest jako źródło informacji o wysokiej wiarygodności, wymaga skupienia uwagi czytelników w przeciwieństwie do szerzącego się zalewu informacji pozbawionych wartości czy wręcz instrumentalnie rozpowszechnianych fake newsów w powszechnie dziś dostępnym Internecie. Prasa ze względu na cykl produkcyjny traci jako źródło szybkiej informacji (tu serwisy telewizyjne i internetowe mają oczywistą przewagę), ale niezmiennie sięgają po nią miliony wiernych czytelników, którzy silnie identyfikują się ze swoimi ulubionymi tytułami, szukając artykułów ulubionych autorów. Można to porównać pod pewnym względem do rynku książki, gdzie dostęp do nowych technologii i form zakupu (e-booki, audio booki, etc.) nie spowodował lawinowego odpływu czytelników od papieru.

Jak – wperspektywie najbliższych 5 lat – może wPaństwa ocenie zmienić się dzisiejszy rynek prasowy? Jakie najważniejsze wyzwania czekają go wnajbliższych miesiącach?

– Obserwując historyczne zmiany na rynku prasowym, można z cała pewnością stwierdzić, że w najbliższych latach jego kształt nie ulegnie diametralnym zmianom. Oczywistym faktem jest ujemny trend sprzedaży tradycyjnej prasy (o różnej dynamice w odniesieniu do poszczególnych segmentów), jakkolwiek do pełnej konwersji czytelnictwa do wydań cyfrowych oraz płatnego dostępu do serwisów prasowych minie jeszcze wiele lat. Rynek prasowy to nie tylko pisma informacyjne czy dzienniki. To przecież także w ogromnej części prasa dziecięca, kolekcje wydawnicze, gry i zabawy umysłowe, tematyczne wydania specjalne. Te segmenty najpóźniej poddadzą się zmianom.

ROZMAWIAŁA KINGA SZYMKIEWICZ

Prasowe Oscary

Polskie gazety i projektanci gazet zebrali pokaźną pulę nagród podczas tegorocznej edycji konkursu European Newspaper Awards, nazywanego „prasowymi Oscarami".

14 nagród otrzymała „Gazeta Wyborcza" (Agora S.A.), 7 – dziennik „Polska Metropolia Warszawska", a po dwa „Dziennik Zachodni" i „Magnes", dodatek do „Dziennika Polskiego" (wszystkie tytuły Polska Press). Nagrodę główną dla najlepiej zaprojektowanej gazety krajowej zdobył „De Volkskrant" – jeden z największych dzienników, ukazujących się w Holandii. Za najlepiej zaprojektowaną gazetę regionalną uznano również holenderski tytuł „Het Parool", którego makietę zaprojektował Polak – Jacek Utko. Zarówno „De Volkskrant", jak i „Het Parool" zdobywały już nagrody w tym konkursie: odpowiednio w 2013 i 2016 r. Nagroda European Newspaper Award przyznawana jest od 1998 roku za najlepiej zaprojektowane gazety. Konkurs organizuje projektant gazet Norbert Küpper we współpracy z: niemieckim „Medium Magazin", austriackim „Der Österreichische Journalist" i szwajcarskim „Schweizer Journalist". W tegorocznej, dwudziestej drugiej edycji konkursu, udział wzięły 164 gazety z 25 krajów. Do 20 kategorii konkursu wpłynęło

w sumie ponad 4 tys. zgłoszeń. Jury składa się z uczestników i zdobywców nagród w poprzednich edycjach. To dziennikarze, redaktorzy, graficy i projektanci z 11 krajów – m.in. Hiszpanii, Portugalii, Szwajcarii, Holandii, Danii, Finlandii, Grecji i Niemiec. To wybitnie eksperckie grono ocenia i wybiera najbardziej innowacyjne i kreatywne projekty.
Europejską Gazetę Roku, czyli „De Volkskrant" jury wyróżniło za „kreatywne podejście do tematów i skupienie się na dziennikarstwie wizualnym zarówno w gazecie papierowej, jak i w wydaniu internetowym". Zdaniem ekspertów gazeta znakomicie przedstawia wizualnie temat dnia na pierwszej stronie. Zwrócili oni również uwagą na oryginalne podejście do ilustrowania prezentowanych tematów. Jako przykład podano pokazywanie twarzy ludzi podczas pandemii koronawirusa zamiast dominującego na całym świecie motywu medyków w maskach. „De Volkskrant" okrzyknięto „przykładem kreatywnej gazety codziennej".
Polskie gazety zdobywały już w minionych latach nagrody European Newspaper Award, ale tegoroczna edycja była dla naszych tytułów rekordowa pod względem ilości przyznanych wyróżnień. „Gazetę Wyborczą", której autorem makiety jest również Jacek Utko, uhonorowano w kategoriach:

- Okładka i temat okładkowy gazety ogólnokrajowej (dwie nagrody),
- Pierwsza strona sekcji w gazecie ogólnokrajowej (dwie nagrody)

oraz w czterech podkategoriach:

- Strony newsowe (uchodźcy, wybory, wybory w USA i koronakryzys),
- Wybitny zmarły,
- Fotoreportaż, Ilustracja (dwie nagrody),
- Projekt crossmediowy,
- Data journalism.

„Polska Metropolia Warszawska" otrzymała nagrody w kategoriach: „Okładka i temat okładkowy gazety lokalnej" (trzy nagrody) i w podkategoriach „Strony newsowe: wybory" (dwie nagrody) i „Koronakryzys" (dwie nagrody). „Magnes" otrzymał dwie nagrody w kategorii „Pierwsza strona sekcji w gazecie lokalnej", a „Dziennik Zachodni" w kategorii „Okładka i temat okładkowy gazety lokalnej" oraz w podkategorii „Strony newsowe: koronakryzys".
Tegoroczny konkurs European Newspaper Awards to także wielki triumf polskich projektantów gazet – wspomnianego już Jacka Utko i Tomasza Bocheńskiego, który jest autorem nagrodzonych okładek tytułów wydawanych przez Polska Press.

Jacek Utko jest projektantem gazet, magazynów i stron internetowych znanym dziś na całym świecie. Projektował gazety, magazyny i strony internetowe w Polsce, Szwecji, Holandii, Danii, Belgii, Norwegii, Finlandii, Austrii, Rosji, Litwie, Łotwie, Estonii, Słowenii, Bułgarii, Chorwacji, Singapurze, RPA, USA i Pakistanie. Otrzymał prawie 50 nagród w różnych konkursach projektowych – m.in. za projekty polskiego „Pulsu Biznesu", estońskiego „Aripaev", belgijskiego „De Morgen". Był również prelegentem na konferencjach w 35 krajach na całym świecie.

Tomasz Bocheński to dyrektor artystyczny Polska Press Grupy to również zdobywca licznych nagród w krajowych i międzynarodowych konkursach projektowania prasowego – m.in. GrandFront, Chimera Grand Prix, European Newspaper Award, Best of News Design – The Society for News Design. Pracę zaczynał w „Gazecie Krakowskiej", następnie przeszedł do „Dziennika Polskiego", gdzie od 2007 roku był dyrektorem artystycznym. W 2013 roku awansował na dyrektora artystycznego Polska Press Grupy.

OPRAC. (DM)

WARTO WIEDZIEĆ

Het Parool

„Het Parool" to holenderska gazeta regionalna, ukazująca w mieście i gminie Amsterdam. Jest postrzegana jako polityczna gazeta lewicowa. Gazeta powstała w 1940 roku jako nielegalny biuletyn, założony przez grupę socjaldemokratów. Większość z nich nie przeżyła wojny – byli aresztowani i skazywani na śmierć lub pobyt w obozie koncentracyjnym. W sumie, w trakcie II wojny światowej życie straciło prawie 80 pracowników „Het Parool". Ale tytuł przetrwał, był cały czas wydawany. Po wojnie „Het Parool" stał się popularną gazetą codzienną. Ukazuje się dziś w nakładzie ponad 40 tysięcy egzemplarzy, właścicielem jest belgijsko-holenderska grupa medialna DPG Media.

deVolkskrant

„De Volkskrant" (dosłownie „Gazeta Ludu") to jeden z największych dzienników w Holandii. Został założony w 1919 roku, początkowo jako tygodnik katolicki. Założycielami było kilka katolickich związków robotniczych, które zjednoczyły się w Federacji Diecezjalnych Rzymsko-Katolickich Związków Ludowych i Robotniczych. Pierwsza edycja miała cztery strony i kosztowała 3 centy. Magazyn ukazywał się w każdy czwartek. Od 1 października 1921 roku „De Volkskrant" ukazuje się jako dziennik. Dziś ma charakter umiarkowany, centrolewicowy. Gazeta jest kierowana przed wszystkim do czytelników z wyższym wykształceniem, wiele uwagi poświęca sztuce i stylowi życia. Dzienny nakład „De Volkskrant" to ponad 200 tysięcy egzemplarzy. Właścicielem tytułu jest dziś belgijsko-holenderska grupa medialna DPG Media.

REKLAMA

GRATKA DLA FANÓW UNIWERSUM MARVELA!

MARVEL

IRON MAN

ZBUDUJ KULTOWĄ ZBROJĘ TONY'EGO STARKA

Niepowtarzalna okazja, by stać się właścicielem unikatowej repliki słynnej czerwono-złotej zbroi Iron Mana!

Tej wykonanej z niezwykłą precyzją, ruchomej i wyposażonej w spektakularne efekty świetlne reprodukcji zbroi Mark III nie może przegapić żaden miłośnik świata Marvela! Model został zaprojektowany w taki sposób, by sprawić przyjemność zarówno początkującym konstruktorom, jak i ekspertom w dziedzinie modelarstwa i elektroniki.

Każdy zeszyt wchodzący w skład kolekcji zawierać będzie wciągające artykuły odkrywające przed czytelnikami przygody Iron Mana z komiksów i filmów, historie jego przeciwników oraz opisy jego specjalnego uzbrojenia.

To kolejna kolekcja De Agostini przeznaczona dla fanów najbardziej kultowych kinowych produkcji ostatnich lat i wierzymy, że powtórzy sukces poprzednich. Gorąco zachęcamy partnerów Kolportera do dystrybucji tej wyjątkowej nowości!

DANE WYDAWNICZE:

Kolekcja „IRON MAN"
Początek sprzedaży: 05.01.2021
Cena numeru 1.: 4,99 zł
Cena numeru 2.: 19,99 zł
Cena numeru 3. i kolejnych: 39,99 zł
Długość kolekcji: 100 numerów.
Docelowa częstotliwość: tygodnik.

www.deagostini.pl

ODCHYLANE CZĘŚCI PANCERZA, ELEMENTY PLASTIKOWE I METALOWE

DOKŁADNA REPLIKA ZBROI IRON MANA

RUCHOMY MODEL

EFEKTY ŚWIETLNE W REAKTORZE, REPULSORACH I HEŁMIE

EDYCJA LIMITOWANA

SZEROKI ZAKRES RUCHU

PRECYZYJNE CZERWONO-ZŁOTE WYKOŃCZENIA

- ELEMENTY PLASTIKOWE I METALOWE
- WSZYSTKIE CZĘŚCI ZAPROJEKTOWANE, WYKONANE ORAZ POMALOWANE Z NAJWYŻSZĄ PRECYZJĄ
- BATERIE W ZESTAWIE

DIODY LED W REAKTORZE ŁUKOWYM, REPULSORACH I HEŁMIE

RUCHOME ELEMENTY POZWALAJĄ ZOBACZYĆ MECHANIZMY WEWNĘTRZNE

52 RUCHOME PUNKTY

DUŻY MODEL

Wysokość:
60 cm

ŁATWY MONTAŻ

MARVEL

© 2021 MARVEL

Siła dobra

Prestiżowy amerykański magazyn „People" wybrał cztery osoby, które postanowił uhonorować tytułem „Ludzie Roku 2020" za „pozytywny wpływ na świat podczas trudnego 2020 roku". Każda z nich otrzymała swoją indywidualną okładkę w „People". Na to wyjątkowe wyróżnienie – zdaniem redakcji „People" – zasłużyli: George Clooney, dr Anthony Fauci, Selena Gomez i Regina King.

„Świętowanie w 2020 roku? Wielu może pomyśleć, że powinniśmy po prostu wstrzymać oddech i pożegnać się z najtrudniejszym rokiem tego wieku. Ale myślę, że wciąż mamy rzeczy, za które warto wznieść toast. W tym roku wszyscy złożyliśmy ofiary; poddaliśmy się próbie naszej wytrzymałości. Jednak znaleźliśmy sposób, aby pomóc naszym sąsiadom, lokalnym firmom i pracownikom pierwszej linii. Ten duch stoi za tym dorocznym wydaniem People of the Year, który celebruje cztery wyjątkowe osoby. Osoby, które nie tylko zachwyciły nas swoim talentem, ale były siłą na rzecz dobra na świecie" – napisał redaktor naczelny „People" Dan Wakeford.

GEORGE CLOONEY

Ten wybitny hollywoodzki aktor, który jako reżyser „The Midnight Sky" jest wymieniany w gronie tegorocznych faworytów do nagrody Oscara za najlepszy film, od lat słynie ze swojej działalności charytatywnej oraz aktywności w dziedzinie obrony praw człowieka. W tym roku przekazał pół miliona dolarów na rzecz organizacji charytatywnej Equal Justice Initiative, walczącej m.in. o prawa osób niesłusznie skazanych, a także 1 milion dolarów na pomoc w walce z COVID-19. Clooney wsparł także kwotą 100 tysięcy dolarów trzy libańskie organizacje charytatywne po tragicznej eksplozji w Bejrucie w sierpniu 2020 r.
Urodzony 6 maja 1961 George Clooney jest laureatem trzech Złotych Globów i dwóch Oscarów. Od wielu lat aktywnie broni praw mniejszości seksualnych. Jest również zaangażowany w pracę organizacji „Not On Our Watch Project" walczącą o prawa człowieka na świecie, którą założył wspólnie z innymi gwiazdami: Bradem Pittem, Mattem Damonem, Donem Cheadle, Davidem Pressmanem i Jerrym Weintraubem. Razem z Johnem Prendergastem, działaczem na rzecz praw człowieka, stworzył projekt Satellite Sentinel Project (SSP), po podróży do Sudanu Południowego w październiku

2010 roku. Celem SSP jest monitorowanie działań zbrojnych pod kątem oznak wznowienia wojny domowej między Sudanem a Sudanem Południowym oraz wykrywanie i powstrzymywanie masowych okrucieństw wzdłuż tamtejszych regionów przygranicznych.
W działaniach charytatywnych Clooneya wspiera jego żona Amal – libańsko-brytyjska adwokat specjalizująca się w prawie międzynarodowym oraz prawach człowieka.

DR ANTHONY FAUCI

Jako dyrektor Narodowego Instytutu Alergii i Chorób Zakaźnych dr Fauci był w USA jednym z czołowych źródeł informacji o COVID-19. Stał się także symbolem lekarskiej niezależności i odwagi, gdy otwarcie przeciwstawił się oficjalnej narracji Białego Domu i prezydenta Donalda Trumpa. Naraził się nie tylko na krytykę ze strony władz – jemu i jego rodzinie grożono nawet śmiercią. Mimo to niezmiennie starał się zapewnić Amerykanom bieżące wytyczne na temat działań niezbędnych do ograniczenia skutków pandemii. W styczniu 2021 r. ma objąć stanowisko głównego doradcy medycznego w administracji prezydenta Joe Bidena.
Anthony Stephen Fauci, urodzony 24 grudnia 1940 r., jest jednym z czołowych światowych ekspertów w dziedzinie chorób zakaźnych. Był doradcą każdego prezydenta USA od czasów Ronalda Reagana. Wniósł ogromny wkład w badania nad AIDS i innymi chorobami związanymi z niedoborem odporności. Od 1983 do 2002 roku Fauci był jednym z najczęściej cytowanych naukowców na świecie we wszystkich czasopismach naukowych. Otrzymał 30 doktoratów

honoris causa uniwersytetów w USA i za granicą.
W marcu 2020 r. dr Fauci przewidział, że śmiertelność infekcji koronawiru-

sa prawdopodobnie wyniesie blisko 1%, czyli dziesięć razy więcej niż 0,1% odnotowany wskaźnik grypy sezonowej. Opowiedział się także za przedłużeniem początkowych 15-dniowych wytycznych dotyczących samoizolacji. W lipcu oficjalnie skrytykował słowa prezydenta Trumpa, uznające spadek zgonów z powodu koronawirusa za sukces administracji. Naraził się tym prawicowym politykom i całej prezydenckiej administracji, która zaczęła podważać kompetencje dr. Fauci, przypisując mu rzekome błędy i pomyłki. Nie zmieniło to jednak stanowiska lekarza.

SELENA GOMEZ

W 2020 r. Selena Gomez wydała swój album „Rare", który był na szczycie list przebojów, była także gospodarzem programu kulinarnego „Selena + Chef" w HBO Max. Ale ta supergwiazda popu działała także aktywnie na rzecz

pomocy innym. Wprowadziła na rynek własną linię kosmetyków do makijażu „Rare Beauty", dzięki której chce w ciągu 10 lat zebrać 100 milionów dolarów, które przekaże na rzecz pomocy ludziom z problemami psychicznymi. Wspierała także czerwcowe protesty przeciwko brutalności policji.
Selena Marie Gomez, amerykańska piosenkarka, aktorka i producentka, która w ubiegłym roku skończyła 28 lat, debiutowała jako nastolatka występami w telewizyjnych programach dla młodych widzów.
Artystka od najmłodszych lat zajmuje się działalnością charytatywną. W październiku 2008 r., mając zaledwie 16 lat, została mianowana rzecznikiem UNICEF-u w kampanii „Trick-or-Treat", która zachęcała dzieci do zbierania pieniędzy na Halloween, aby pomóc dzieciom na całym świecie. Dzięki jej zaangażowaniu zebrano ponad 700 000 dolarów na cele charytatywne. Wspierała i wspiera do dziś społeczność LGBT. W 2020 r. użyczyła swoje konto na Instagramie Alicii Garza, współtwórczyni Black Lives Matter i jednej z założycieli Black Futures Lab. Selena Gomez otwarcie mówi o swoich problemach ze zdrowiem psychicznym – w wieku 20 lat zdiagnozowano u niej depresję, a w kwietniu 2020 r. chorobę afektywną dwubiegunową.

REGINA KING

King, która we wrześniu br. zdobyła nagrodę Emmy, zachęcała Amerykanów do aktywnego udziału w wyborach prezydenckich. Wzywała także do wsparcia społeczności zmarginalizowanych podczas pandemii, wspierała protesty przeciwko brutalności policji.

Ta urodzona w 1971 r. amerykańska aktorka i reżyserka jest laureatką kilku nagród, w tym Oscara, Złotego Globu i czterech aktorskich nagród Emmy. Magazyn „Time" nazwał ją jedną ze 100 najbardziej wpływowych osób na świecie w 2019 roku.
Regina King jest zaangażowana we współpracę z fundacją „I Have a Dream", organizacją, która stara się pomóc młodzieży o niskich dochodach w edukacji. W 2007 roku aktorka przeszła publiczny test na HIV, aby podnieść świadomość społeczności afroamerykańskiej na temat znaczenia tych testów.
Swoją aktywność skomentowała skromnie: „Robię to, co Bóg chciał dla nas wszystkich".

(DM)
opracowano na podstawie people.com, wikipedia.en

Tygodnik „People" został założony w 1974 r., specjalizuje się w opisie życia gwiazd show-biznesu. Corocznie publikuje niezwykle popularną listę „100 najpiękniejszych ludzi na świecie". Do 2006 roku była to lista „50 najpiękniejszych ludzi". Po raz pierwszy plebiscyt odbył się 1 czerwca 1990 roku; wygrała go wówczas Michelle Pfeiffer, która wygrała także w 1999 roku. Ona i Jennifer Aniston to jedyne osoby, które wygrały go dwukrotnie, zaś rekord pobiła Julia Roberts, wygrywając go pięciokrotnie. Jedynymi mężczyznami, którzy wygrali są Mel Gibson, Tom Cruise i Leonardo DiCaprio. Bogato ilustrowany magazyn od 1985 roku przyznaje także tytuł „Najseksowniejszego mężczyzny świata". Pierwszym mężczyzną uhonorowanym tym tytułem został Mel GIbson. W 1994 roku plebiscyt nie odbył się. Richard Gere, Brad Pitt, George Clooney i Johnny Depp to jedyne osoby, które wygrały dwukrotnie. John F. Kennedy Jr. i Patrick Swayze to jedyni zwycięzcy, którzy już nie żyją. A Kennedy, Adam Levine i David Beckham to jedyni zwycięzcy nie będący aktorami.

Za najbardziej prestiżowy ranking „People" uznawany jest „Most Intriguing People of the Year" (najbardziej intrygujący ludzie roku). Czytelnicy wybierają w nim osoby, które w ciągu mijającego roku w sposób szczególny zwróciły na siebie uwagę, były inspiracją i wzorem. Ten tytuł otrzymywali m.in. papież Jan Paweł II, Ronald Reagan, księżna Diana, Stephen Hawking, Bill Gates, Barack Obama.

„People" jest najbardziej poczytnym magazynem na świecie, z nakładem ok. 3 milionów egzemplarzy i kilkudziesięcioma milionami czytelników.

REKLAMA

DeAGOSTINI

Kultowe ciężarówki z epoki PRL-u

GRATKA DLA PASJONATÓW POLSKIEJ MOTORYZACJI!

Już wkrótce kioski przeżyją najazd legendarnych samochodów ciężarowych z epoki PRL-u dzięki najnowszej kolekcji **De Agostini!**

Każdy numer składać się będzie z **zeszytu**, w którym znajdą się najważniejsze informacje o przedstawianym samochodzie ciężarowym: jego **historii**, **parametrach** i **szczegółach konstrukcyjnych**, a także z **modelu ciężarówki w skali 1:43**. Zeszyty będą **bogato ilustrowane** archiwalnymi zdjęciami, a także **fotografiami ciężarówek**, które dotrwały do naszych czasów.

„Kultowe Ciężarówki" to nasza kolejna po „Kultowych Autach PRL-u" i „Kultowych Autobusach PRL-u" kolekcja motoryzacyjna w ostatnich latach – jesteśmy przekonani, że najnowsza seria powtórzy sukces swych poprzedniczek. Start kolekcji zaplanowany jest na **13 stycznia** – kolejne numery ukazywać się będą w dwutygodniowych odstępach.

Gorąco zachęcamy partnerów Kolportera do dystrybucji tej unikatowej serii!

W każdym zeszycie stałe rubryki:

HISTORIA CIĘŻARÓWKI

INFOGRAFIKA

DANE TECHNICZNE

WIERNE ODWZOROWANIE DETALI

ZNAKI FABRYCZNE I OZNACZENIA MODELI

REALISTYCZNE PODWOZIE

STARANNE WYKOŃCZENIE

W zeszytach: historia produkcji, ciekawostki, archiwalne zdjęcia i dane techniczne każdego samochodu.

REKLAMA TV

DANE WYDAWNICZE:

Kolekcja „Kultowe ciężarówki"
Cena numeru 1: 19,99 zł.
Cena numeru 2: 39,99 zł.
Cena numeru 3 i kolejnych: 69,99 zł.
Przewidywana długość kolekcji: 80 numerów.
Częstotliwość: dwutygodnik

www.deagostini.pl

Siłę czerpię od widzów

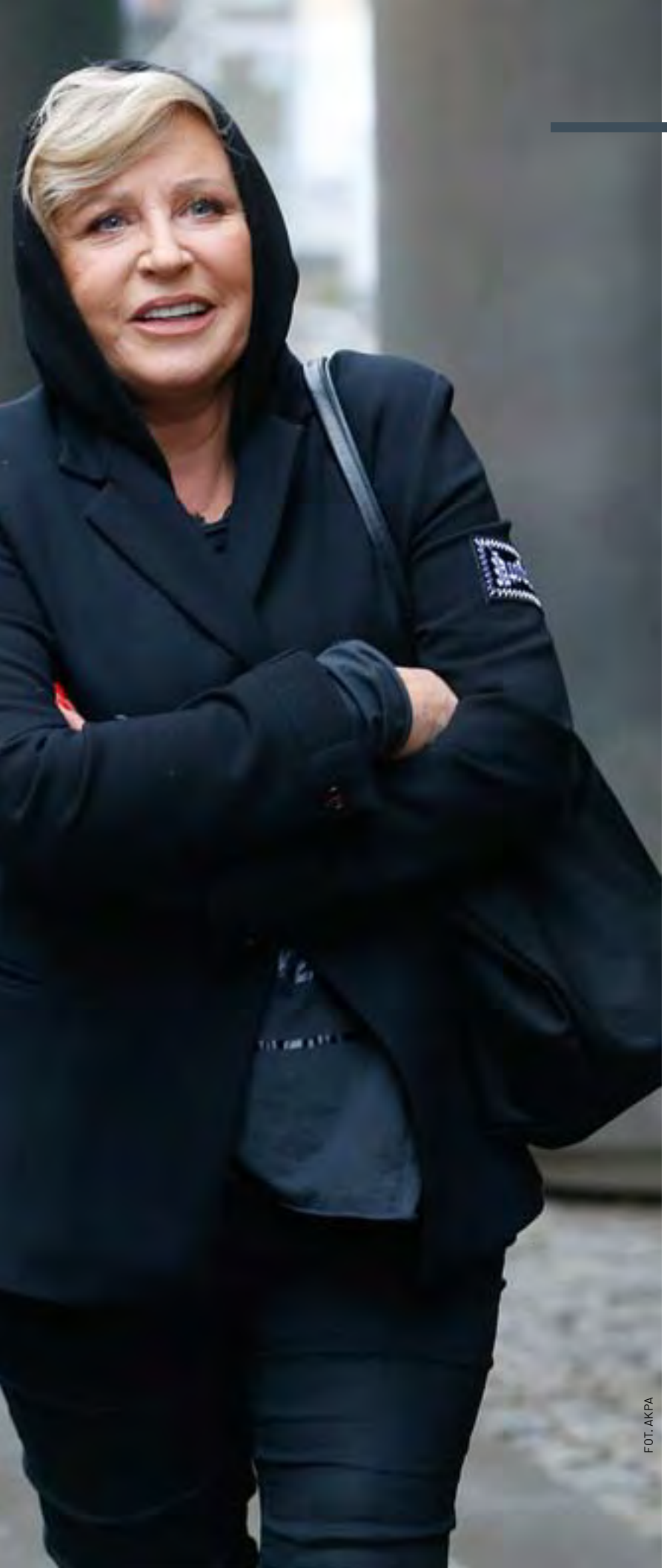
Krystyna Janda w serialu to rzadkość. Tym większą gratką dla wielbicieli jej talentu jest serial komediowy Macieja Bochniaka „Królestwo kobiet", gdzie zagrała jedną z czwórki głównych bohaterek. Aktorka, która w grudniu obchodziła 68. urodziny, zakończyła ubiegły rok premierą teatralną. A był to dla jej Fundacji rok jubileuszowy, ze względu na 15-lecie Teatru Polonia i 10-lecie Och-Teatru.

Ineza, imię Pani bohaterki w serialu „Królestwo kobiet", mogłoby sugerować, że to kobieta o ognistym temperamencie, rodem z południowoamerykańskiej telenoweli...
– Nic z tych rzeczy. Myślę, że byłam bodaj najspokojniejszą z czwórki głównych bohaterek. Jak mówił reżyser, miałam reprezentować głos rozsądku, z racji wieku i doświadczenia. „Myśmy ich nie zabiły, myśmy ich tylko zakopały" – mówi moja bohaterka. Spokojna, jak widać, i z poczuciem humoru (uśmiech – przyp. red.).

Seriale to w Pani filmografii rzadkość. Obliczyłam, że bierze w nich Pani udział średnio raz na dekadę. „Bez tajemnic" – 10 lat temu, „Męskie-żeńskie", w Pani reżyserii, prawie 20 lat temu. To taki wewnętrzny rytm serialowy?
– Nie, po prostu nie miałam dotąd żadnej propozycji. Ale sama też nie wychodziłam w stronę kamery, ponieważ od 15 lat zajmuję się głównie Fundacją. Wszystkie interesujące role, i w filmach, i w serialach, które do mnie przyszły, zagrałam. Nie narzekam, gram bardzo dużo w teatrze, 200-300 przedstawień w ciągu roku, od 15 lat. Zresztą kiedy byłam aktorką Teatru Powszechnego, nie było ich mniej. Pewnie trudno byłoby znaleźć aktorkę, która uprawiałaby ten zawód tak intensywnie jak ja.

Miniony rok, pomimo pandemii, był dla Pani bardzo ważny, jubileuszowy. 15 lat z Teatrem Polonia i 10 lat z Och-Teatrem to kawał życia i kawał dobrej roboty, co potwierdzają wierni widzowie obu scen. Pewnie jest Pani dumna z tej dwójki swoich „dzieci"?
– Jestem! Od 15 lat podkreślam, że to nie Fundacja jest dla mnie, tylko ja dla Fundacji. Moim obowiązkiem jest reagować na jej potrzeby – zrobić zastępstwo, zagrać, wyreżyserować. Służę fundacji. I dawno już przestałam myśleć o sobie jako o aktorce, która ma jakieś wyjątkowe prawa. Raczej, jako szefowa tej fundacji, myślę o innych aktorach. Z drugiej strony, Fundacja dała mi szansę zagrania co najmniej kilku znaczących ról. A także dała mi niezaprzeczalną radość grania w wielu komediach i farsach, co też ratuje moje zdrowie psychiczne.

Jaka, Pani zdaniem, jest kondycja artysty w obecnych czasach?
– Narzekanie, nas artystów, w obliczu problemów bohaterów tego czasu pandemii – ludzi służby zdrowia – jest nietaktem. Ale nasza sytuacja też jest podła. Nie kocha się artystów w tym kraju. Władza ich lekceważy. Kiedyś szanowano aktorów, nie tylko za wybitne role, ale też za ich zwyczajną, codzienną posługę, za zajmowanie stanowiska w ważnych sprawach społecznych i za branie udziału w akcjach charytatywnych. Teatr i film zawsze uczyły tolerancji, otwartości, ćwiczyły wyobraźnię i przypominały wielkie słowa i uczucia. Teraz trafiliśmy pod rynnę. Bo w większości jesteśmy w opozycji do rządzących dzisiaj, zwracamy uwagę na błędy i niesprawiedliwości, boimy się



FOT. AKPA

Krystyna Janda – polska aktorka filmowa i teatralna, reżyserka, prozaiczka, felietonistka i piosenkarka. Współzałożycielka i prezeska Fundacji Krystyny Jandy na rzecz Kultury oraz dyrektor artystyczna powołanych przez fundację Teatru „Polonia" oraz Och-Teatru w Warszawie. Zagrała w kilkudziesięciu filmach i serialach telewizyjnych. Wielokrotnie nagradzana jako najpopularniejsza i najbardziej ceniona aktorka w Polsce.

o wolność, nie tylko w sztuce. A to jest także zadanie ludzi kultury.

Skąd czerpie Pani siłę, żeby się nie poddawać?
– Od widzów. Cieszą mnie co wieczór spotkania z publicznością. Ludzie kupują bilety, bo chcą oglądać nas i historie, które im opowiadamy. Nawet podczas pandemii mieliśmy 50 procent widowni. Publiczność w Polsce jest nadzwyczajna.

Jest Pani jedną z najbardziej utytułowanych polskich aktorek. Ilość otrzymanych medali, odznaczeń, tytułów, o nagrodach aktorskich nie wspominając, budzi respekt. Była już Pani m.in. Kobietą z Marmuru, Kobietą z Żelaza, Człowiekiem Wolności.
– Tytuł „Człowiek Wolności", otrzymany z okazji 25-lecia przemian ustrojowych, to dla mnie ważne wyróżnienie. Mam też Medal Karola Wielkiego w dziedzinie sztuki za wkład w zjednoczenie Europy, ponieważ zagrałam w kilku ważnych europejskich filmach. Ale najważniejszy jest medal od Muzeum Polin „za umiejętność współodczuwania". Czy aktorka może dostać nagrodę, która ma piękniejsze uzasadnienie?

Czego Pani i kolegom ze sceny życzyć na te trudne czasy?
– Żeby pandemia się skończyła, potem, żeby można było pracować i grać normalnie, to damy sobie radę. Na nic nasze pomysły, talenty, entuzjazm, skoro nie możemy grać, gubimy sens, rytm, nadzieję i oddech.

ROZMAWIAŁA EWA JAŚKIEWICZ/AKPA

REKLAMA

TYGODNIK

ANGORA®

WSZYSTKIE GAZETY W JEDNEJ!

SPODPRASY

– Nie uważam, że bycie w związku jest wyznacznikiem dobrego życia – mówi **Jacek Rozenek (51 l.)** i zapewnia, że jako singiel czuje się wyśmienicie, bo wreszcie może skupić się na sobie. Aktor, odkąd zachorował i przeszedł w maju 2019 roku udar mózgu, wciąż jest sam. *– Czasami odczuwam samotność, ale gdy byłem z kimś w związku, też czułem się przeciążony* – mówi aktor na łamach *Twojego Imperium*. Chociaż u jego boku nie ma ukochanej kobiety, a przez pandemię nie może być czynny zawodowo, Rozenek nie narzeka na nudę. *– Zawsze miałem bardzo dużo zainteresowań i nadal je mam. Może nie zabrzmi to bardzo atrakcyjnie, ale największym moim hobby jest czytanie książek. Oprócz tego nadal muszę chodzić na rehabilitację. Odbywam ją codziennie od ponad roku, więc już się do niej przyzwyczaiłem, bo wpisała się w rytm mojego dnia* – zapewnia artysta. Pytany o to, co po tak traumatycznych przeżyciach jest dla niego obecnie największą wartością, Rozenek odpowiada: *– Ważna jest rodzina, to, żeby dobrze się rozwijała i radziła sobie ze wszystkimi problemami. Chcę też, by moi synowie spędzali ze mną czas.*

* * *

Instagram to we współczesnym świecie swoisty pamiętnik wielu gwiazd. Ci bardziej lub mniej znani dzielą się z fanami swoim życiem, pokazując, co jedzą, z kim się bawią i dokąd podróżują. **Weronika Rosati (36 l.)** postanowiła opowiedzieć, jak bardzo różni się funkcjonowanie w realnej rzeczywistości od tego, co można zobaczyć w sieci. *– Życie na Instagramie wydaje się beztroskie, łatwe i bezproblemowe. Oczywiście prawda jest daleka od idealnych zdjęć, ale chcę się dzielić dobrą energią, zamiast narzekać na rzeczywistość. Nie ma nic zakłamanego na moim Insta, ale to są momenty, a w tle jest normalne życie lub powinnam może powiedzieć, że w tle normalnego życia są idealne momenty, które idealnie wyglądają na IG* – mówi aktorka. Rosati zapewnia, że jej codzienność daleka jest od wyidealizowanego wzorca i nie różni się niczym od codzienności mam samotnie wychowujących dzieci – donosi Pudelek.pl. *– Na co dzień też nie dosypiam, bo sprzątam i pracuję nad scenariuszami, jak Eli śpi, żeby nie tracić czasu, który mam z nią, a następnie o 6 rano mój mały poranny ptaszek krzyczy „Waaaaaake up, mommy", jedziemy do przedszkola, a ja próbuję w parę godzin opanować wszystko naraz* – wyznaje Wera.

* * *

Do niedawna większość kojarzyła **Joannę Opozdę (32 l.)** głównie jako koleżankę Mariny Łuczenko i Sandry Kubickiej. Wszystko zmieniło się, gdy okazało się, że aktorka skradła serce jednemu z większych amantów polskiego show-biznesu, **Antkowi Królikowskiemu (31 l.)** – zauważa nieco złośliwie Pudelek.pl. Od kilku miesięcy Asia cieszy się zatem większym zainteresowaniem ze strony mediów niż kiedykolwiek, co umiejętnie wykorzystuje. Ostatnio celebrytka udostępniła fotografię, na której pozuje z ukochanym pupilem. Z pozoru zwyczajne zdjęcie zaniepokoiło obserwatorów ukochanej Antka, a w sieci rozpętała się burza. Troskliwi fani, w tym także lubiący udzielać dobrych rad „chirurg gwiazd" Krzysztof Gojdź, dopatrzyli się bowiem zmian w wyglądzie aktorki. *– Darling, nie chudnij już* – napisał zmartwiony lekarz, jednocześnie komplementując Asię, że wygląda cudnie. Słowa Gojdzia wywołały do tablicy rzeszę fanów Opozdy, którzy zaczęli nawoływać w sieci, aby ta zaczęła jeść i przytyła, bo faktycznie chudnie w oczach. Na razie Joanna nie odniosła się do troskliwych rad internautów.

MAŁGORZATA KOPEĆ

Rys. Katarzyna Zalepa

Humor dyplomatyczny

Pewien europejski dyplomata wkrótce po przyjeździe do USA spotkał się ze swoim przyjacielem.

– Mój drogi – powiedział Amerykanin – powinieneś nosić niebieskie koszule. Wyglądają znacznie efektowniej w telewizji.

– Ależ ja nie mam zamiaru występować w telewizji!

– To nic. Na twoim stanowisku jest konieczne, aby inni myśleli, że tam występujesz.

***

W czasie odbywającej się w Poczdamie konferencji w Anglii miały miejsce wybory, które Churchill przegrał. Zwyciężył przywódca Labour Party Clement Attlee. Pociesza-jąc byłego premiera, jeden z jego przyjaciół zauważył:

– Attlee ma swoje zalety. To człowiek bardzo skromny...

– Tak – odparł Churchill – i słusznie.

***

Ze wszystkich definicji stanowiska ambasadora największą karierę zrobiło powiedzenie Sir Henry'ego Wottona, dyplomaty angielskiego z XVII wieku: „Ambasador jest to uczciwy człowiek wysłany za granicę, aby kłamał dla dobra swojego kraju".

Ale Sir Henry nie zrobił kariery. Za ten dowcip król usunął go ze służby dyplomatycznej.

***

Podczas zwiedzania imponującego gmachu ONZ w Nowym Jorku jeden z uczestników wycieczki spytał oprowadzającego urzędnika:

– A ilu ludzi tu pracuje?

– Mniej więcej połowa – odparł przewodnik po zastanowieniu się.

***

Rzecz działa się w XVII wieku. Książę Toskanii poskarżył się weneckiemu dożyi, że jego ambasador w Toskanii jest wyjątkowym durniem.

– Cóż – westchnął doża – mamy, niestety, w Wenecji wielu głupców...

– U mnie we Florencji też ich nie brak – odparł książę – ale nie wysyłamy ich na ambasadorów.

***

Pewnego delegata w ONZ spytano kiedyś, czy nie próbował nigdy przemawiać, improwizując, bez napisanego uprzednio tekstu.

– Nie – odpowiedział. – Doświadczenia moich kolegów pokazały, że improwizowane przemówienia nie są warte papieru, na którym zostały napisane.

„Noty i anegdoty dyplomatyczne", Wydawnictwo Iskry, Warszawa, 1977

POLAK POTRAFI. Właściciel hotelu zamkniętego z powodu pandemii zamiast pokoi zaczął wynajmować schowki na narty.

PRZYWILEJE. Rząd zapowiedział, że osoby, które zaszczepią się, nie będą podlegały kwarantannie i innym obostrzeniom.

KONIEC BATALII. Unijni przywódcy zgodzili się na kompromis w sprawie budżetu.

ZAKUPY W PANDEMII. Butik odzieżowy uruchomił sklep w przyczepie kempingowej.

CIĄGLE ROŚNIE. Władze Nepalu i Chin wspólnie ogłosiły, że Mount Everest jest wyższy o 86 cm i ma 8848,86 m n.p.m.

PRZERWA NA REKLAMĘ

REKLAMA

Szarańcza

Mihajlović się nie boi. Jako trener Milanu i to taki, któremu palił się grunt pod nogami, miał odwagę wprowadzić do bramki niespełna 17-letniego Gianluigiego Donnarummę. A był rok 2015 i mało kto w Serie A włączał młodzieży zielone światło, co najwyżej dla najzdolniejszych paliło się pomarańczowe.

Jako przyjaciel i były współpracownik Roberto Manciniego podąża jego tropem. To obecny selekcjoner pokazał nową drogę. Wyprowadził Italię z epoki zacofanego średniowiecza, w którą wpędził ją i zamknął Gian Piero Ventura. To on po największej klęsce od 1991 roku zaklinał się, że nie dało się lepiej zestawić kadry narodowej, że w nikogo lepszego włoska ziemia nie obrodziła. Pierwsze co zrobił jego następca to udowodnił, że możliwości były tylko należało umieć i przede wszystkim chcieć znaleźć. Na pierwszej liście powołanych znaleźli się Emerson Palmieri z Chelsea, Mattia Caldara z Atalanty, Daniele Baselli z Torino i Rolando Mandragora z Crotone, a to była tylko przymiarka do tego, co nastąpiło wkrótce.

Na jesienne mecze z Polską i Portugalią w 2018 umieścił na liście Nicolo Zaniolo i Pietro Pellegriego. Drugi był postacią nawet całkiem dobrze kojarzoną. Zabłysnął w Genoi, dopiero co został sprzedany do Monaco, z drugiej strony miał tylko 17 lat i nikt – poza najważniejszym wyjątkiem – nie pomyślał o nim w kontekście kadry. Natomiast pierwszy to była prawdziwa bomba. Przeglądanie statystyk z Serie A mijało się z celem, bo tam jego nazwisko ciągle nie figurowało. Czekał na debiut. Akurat został przez Inter wpakowany do paczki, obłożony milionami euro i wysłany do Romy w ramach rozliczeń za Radję Nainggolana. Mógł pochwalić się tytułem wicemistrza Europy do lat 19, ledwie siedmioma występami na poziomie drugoligowym, niczym więcej. Następnym jego krokiem powinna być kadra U-20, później młodzieżówka, systematyczna gra w Serie A i dopiero reprezentacja. Szczebel po szczeblu do takiej drabinki rozwoju wszyscy we Włoszech się przyzwyczaili. Jak w wojsku – hierarchia obowiązywała.

A tu Mancini ją zburzył i drabinę przewrócił. Jeśli w kimś zobaczył potencjał, to bez względu na wszystko po prostu go brał. I wziął Zaniolo, a po nim kolejnych: Federico Chiesę, Moise Keana, Sandro Tonalego, Vincenzo Grifo, Gaetano Castrovillego i Alessandro Bastoniego. Większość tych piłkarzy dostało szanse w swoich klubach, ponieważ albo na nich, albo na ich pokolenie selekcjoner rzucił zupełnie nowe światło. Także idąc w drugą stronę, wiek nie stanowił dla Manciniego żadnej bariery. Dlatego ponad 36-letni Fabio Quagliarella stał się najstarszym strzelcem w historii Azzurrich, a Francesco Caputo rozpoczął karierę reprezentacyjną po trzydziestce.

Kiedy z okazji niedawnych 56. urodzin zrobiono selekcjonerowi laurkowe podsumowanie, wyszło, że sprawdził 63 piłkarzy, w tym aż 32 u niego debiutowało. W ostatnim tegorocznym sprawdzianie z Bośnią i Hercegowiną w podstawowym składzie zmieściło się dwóch 21-latków, jeden 22-latek, jeden 23 latek i jeden wszedł na zmianę. A przecież gdyby nie kontuzja, musiałoby znaleźć się też miejsce dla Zaniolo. Dla porównania w kadrze Antonio Conte na mistrzostwa Europy w 2016 roku najmłodszy był 22-letni Federico Bernardeschi, drugi w kolejności Mattia de Sciglio miał o trzy lata więcej. Natomiast średnia wieku drużyny w niesławnym bezbramkowym barażu ze Szwecją liczyła 30,6.

Mancini dokonał przewrotu i pokazał, że można na tym dobrze wyjść. Inni trenerzy uwierzyli. Uwierzyła także młodzież w rodzącą się szansę. Jakże inaczej wyglądała sytuacja dekadę temu z okładem. Tacy włoscy piłkarze jak Mario Balotelli, Davide Santon czy De Sciglio plus kilku cudzoziemców na czele z Brazylijczykiem Adriano czy Nigeryjczykiem Obafemim Martinsem należeli do rodzynków w kadrach wielkich klubów. W Serie A rządzili weterani, których zwykło nazywać się senatorami. O Serie A mówiło się, że to liga dla starszych piłkarzy. Kiedy Milan pokonywał w maju 2007 roku w finale Ligi Mistrzów Liverpool opierał się niemal całym ciężarem na pięknych trzydziestoletnich. Młodzież znajdowała ujście dla swojej niecierpliwości na Wyspach Brytyjskich. ■

PiłkaNożna

Możesz wiedzieć więcej o futbolu!

- Najlepsze pismo o tematyce futbolowej
- Ponad 60 lat na rynku prasowym
- Ciekawe analizy
- Ekskluzywne wywiady
- Fachowa publicystyka
- Zakulisowe reportaże
- Znakomite fotografie
- Cykliczne Skarby Piłkarskie
- Wyniki z futbolowych aren
- Najświeższe informacje

Tygodnik "Piłka Nożna" wart polecenia pasjonatom futbolu

@PilkaNozna_pl /redakcjapilkanozna /TygodnikPilkaNozna

Sklepy mogą zyskać

Sektor detaliczny w Polsce może zyskać w oczach pandemicznego konsumenta pod warunkiem, że będzie w stanie sprawnie się zreorganizować i odpowiedzieć na nowe potrzeby. Eksperci z firmy dunnhumby przygotowali w tym celu specjalny raport.

Na pytanie czego poszukuje polski konsument w dobie pandemii oraz w jaki sposób sieci handlowe mogą spełnić jego oczekiwania starają się odpowiedzieć eksperci z firmy dunnhumby, którzy przygotowali specjalny raport na podstawie badania Customer Pulse.
To globalny program badawczy stworzony w celu śledzenia zmian zachowań konsumenckich w trakcie pandemii.
Badanie zostało przeprowadzone w trzech etapach wśród konsumentów z 20 krajów, którzy podzielili się swoją opinią na temat zakupów spożywczych oraz wpływu pandemii.
Przebadano około 400 respondentów na każdym z rynków, przy czym 60 proc. stanowiły kobiety, a 40 proc. mężczyźni.
Jednym z analizowanych rynków była również Polska.
Badanie miało za zadanie pokazać tendencje charakterystyczne m.in. dla polskich konsumentów w kontekście pandemii. Wiele z nich jest oczywiście zbieżnych z tendencjami światowymi, jednak znaleźć można także kilka wyróżników. Autorzy raportu zwracają chociażby uwagę, że polski konsument jest zdecydowanie bardziej pewny swojej przyszłości niż mieszkańcy innych krajów.
Wskaźnik niepewności w Polsce spada od kilku miesięcy, a Polacy są jednym z najmniej zaniepokojonych o swoją przyszłość narodów na świecie – jedynie 16 proc. badanych wyraziło swoje obawy związane z wirusem, podczas gdy globalna średnia wynosi 23 proc.
„W porównaniu do innych krajów, Polacy odczuwają jednak wzrost cen produktów. Na całym świecie prawie połowa konsumentów (44 proc.) potwierdziła, że zauważyli podwyżki cen podstawowych towarów w trakcie ostatnich kilku miesięcy. W Polsce wynik ten sięga 57 proc. Z kolei 16 proc. konsumentów jest zaniepokojona zbyt szybkim „kurczeniem się" portfela – podkreślają eksperci.
Mimo że większość kupujących nie odczuła jeszcze negatywnego wpływu pandemii na swój portfel, w najbliższym czasie obawy o stan własnych finansów mogą zacząć się pogłębiać. To zdaniem autorów raportu spowoduje, że konsumenci zaczną zwracać większą uwagę na wartość sprzedawcy i zastanawiać się, co może im dać zrobienie zakupów u konkretnego detalisty.
„Biorąc pod uwagę późniejsze etapy pandemii oraz jej trwałe skutki, wierzymy że sprzedawcy powinni przestawić się na model, w którym główny nacisk kładzie się na postrzeganie korzyści z zakupów u nich" – zaznaczają autorzy raportu.
Dlatego w swoim opracowaniu przeanalizowali oni siedem kluczowych czynników postrzegania detalistów, których odpowiednie wykorzystanie może przełożyć się na rynkowy sukces.

FOT. GETTYIMAGES

1. Ceny bazowe
2. Promocje
3. Spersonalizowane oferty
4. Marki własne
5. Asortyment
6. Dośdwiadczenie klienta w sklepach / kanałach sprzedaży
7. Komunikacja

Eksperci wyjaśniają, w jaki sposób prowadzić politykę cenową i promocyjną, zastanawiają się także nad tym, co tak naprawdę kryje się pod pojęciem „personalizacji oferty". Przedstawiają praktyczne porady dotyczące ekspozycji marek własnych, a także wskazują sposoby skutecznego budowania polityki asortymentowej. Autorzy raportu pokazują również zachowania klientów w kontekście różnych kanałów sprzedaży, w tym także kanału e-commerce oraz przedstawiają sposoby na odpowiednią komunikację sieci handlowej z konsumentami.

WWW.WIADOMOSCIHANDLOWE.PL

FOT. GETTYIMAGES

Pandemia zmniejszyła dochody Polaków

Z powodu pandemii co trzeci Polak odczuł spadek swoich dochodów, a obniżenie wynagrodzenia dotknęło więcej kobiet niż mężczyzn. Przekłada się to na nasze zachowania zakupowe i zarządzanie domowym budżetem – 25 proc. badanych deklaruje, że oszczędza więcej niż przed pandemią – wynika z raportu firmy doradczej PwC „Nowy obraz polskiego konsumenta".

JJak wynika z badania przeprowadzonego na potrzeby raportu PwC, w ostatnich miesiącach 1/3 Polaków doświadczyło spadku dochodów, a obniżenie wynagrodzenia częściej dotykało kobiet niż mężczyzn. Wizja kryzysu i wzrostu cen przekłada się na deklaracje badanych co do ich budżetów domowych – 41 proc. Polaków uważa, że w ciągu najbliższych miesięcy ich wydatki wzrosną.
Oprócz artykułów spożywczych polscy konsumenci ograniczyli częstotliwość zakupów we wszystkich pozostałych kategoriach, chociaż i tak widoczny jest wzrost niektórych wydatków – największy nastąpił w kategorii artykułów zdrowotnych, pielęgnacyjnych oraz elektroniki użytkowej, z kolei spadek wydatków jest widoczny w przypadku usług. Co trzeci badany deklaruje, że zwiększył częstotliwość robienia zakupów online, ale nadal zakupy spożywcze Polacy najchętniej robią tradycyjnie, w sklepach stacjonarnych. Prawie dla wszystkich Polaków (93 proc.) ceny produktów i usług są istotne podczas dokonywania wyborów zakupowych, przy czym aż dla 43 proc. badanych przez pandemię COVID-19 ten czynnik stał się istotniejszy niż wcześniej.
Wyniki prezentowane w raporcie są efektem polskiego badania opinii publicznej przeprowadzonego przez firmę badawczą Ipsos Polska na zlecenie PwC Polska w terminie od 19 do 24 sierpnia 2020 r.

WWW.WIADOMOSCIHANDLOWE.PL

REKLAMA

W GRUDNIOWO-STYCZNIOWYM WYDANIU **„CHARAKTERÓW"** POLECAMY:

NA TEMAT

Skuteczni, choć nieprzewidywalni
O racjonalności i jej braku w zachowaniach społecznych rozmawiają prof. dr hab. Wiesław Łukaszewski i dr Dorota Krzemionka
Ojcowie, którzy dają córkom siłę
Milczenie w związku
Kiedy pomaga, a kiedy nas rujnuje?
Jak nie straszyć dziecka strachem?

PSYCHOLOGIA I ŻYCIE

O wolności i godności bez podziałów
Rozmawiają prof. dr hab. Maria Beisert i Edyta Żmuda
Na tropie kobiecości
Skąd kobiety czerpią moc?
Jak uwolnić się od emocjonalnie niedojrzałych rodziców?
Rozmawiają Elżbieta Filipow i Lindsay C. Gibson
Jedzenie pod ciągłą kontrolą
Jak uwolnić się od obsesji liczenia kalorii?
Droga do życia
Z prof. Kelly G. Wilsonem o tym, jak centymetr po centymetrze wydobywał się z nałogu, rozmawia Paweł Dyberny

TRENING PSYCHOLOGICZNY

Minimalizm
Od czego zacząć, by odnaleźć spokój i zadowolenie?
Jak pozbyć się poczucia winy po rozwodzie?
Młodzi cyfrowi
Jak ich chronić przed zagrożeniami z sieci?
Jak przygotować się do trudnej rozmowy z bliską osobą?

PORADNIK POZYTYWNEGO MYŚLENIA

Ćwiczenia z rodzicielstwa
Natalia de Barbaro
Sztuka komunikacji, czyli kilka słów o tekście i kontekście
Bartek Jaślikowski
Do zakochania jeden krok

Niedojrzali rodzice

ROZMAWIAJĄ LINDSAY C. GIBSON I ELŻBIETA FILIPOW

Dorosłe dzieci niedojrzałych emocjonalnie rodziców wchodzą w związki bez przyszłości, wierzą, że poświęcanie się dla innych jest kluczem do bycia kochanym. Dlaczego tak się dzieje? Jak uwolnić się z takiego emocjonalnego uwikłania?

Czym różnią się rodzice niedojrzali emocjonalnie od dojrzałych?
– Rodzice dojrzali emocjonalnie okazują empatię swoim dzieciom i potrafią radzić sobie ze złożonością świata. Dla dziecka będzie to oznaczało, że rodzic jest kompetentny, radzi sobie z rzeczywistością, a także może zrozumieć uczucia dziecka i zadbać o nie. Z kolei niedojrzali rodzice charakteryzują się jednostronnym, czarno-białym myśleniem. Nie dostrzegają złożoności ludzi i skłonni są ich ciągle osądzać. Nie potrafią wspierać indywidualności swych dzieci.

A jacy byli ci rodzice jako dzieci?
– Już od dziecka chcieli, by zwracano na nich uwagę. Łatwo nudzili się i złościli w reakcji na odmienne punkty widzenia. Empatia wymaga umysłowej elastyczności oraz dostrzegania złożoności, by móc wyobrazić sobie świat wewnętrzny drugiej osoby, a tego emocjonalnie niedojrzałym rodzicom po prostu brakuje. Będą ucinali prawdziwy dialog, w którym ludzie wzajemnie otwierają się i dzielą ideami, ponieważ nie są zainteresowani emocjonalną bliskością, a nowe idee uznają za zagrażające.

Ich styl myślenia jest inny?
– Tak, zwykle jest nadmiernie uproszczony pod wpływem silnych emocji i skoncentrowany na ich własnym interesie. Takie osoby postrzegają rzeczywistość na podstawie tego, co czują. Nie poczuwają się do obowiązku bycia obiektywnym, bezstronnym i racjonalnym albo do myślenia o innych. Dla emocjonalnie niedojrzałych rodziców rzeczy są takie, jakimi czują, że są. Nie potrafią wyciągać lekcji z przeszłości ani antycypować przyszłości. Dlatego robią w kółko te same rzeczy, nie zauważając powiązania między swoimi minionymi działaniami a obecną sytuacją.

Opisuje Pani różne typy niedojrzałych emocjonalnie rodziców...
– *Typ emocjonalny* jest najbardziej infantylny i impulsywny. Tacy rodzice ulegają chwiejnym emocjom i kierują się zachciankami. Ich skrajne emocje wprawiają innych w przerażenie, boją się ich zdenerwować. Ekstremalnie zaabsorbowani wokół własnego Ja skupiają uwagę całej rodziny na sobie.
Typ zdeterminowany Często takie osoby dobrze funkcjonują i odnoszą sukcesy. Brak im jednak zdolności do emocjo-

nalnej bliskości i empatii, tymczasem dzieci właśnie tego potrzebują – czują, że nigdy nie osiągną wystarczająco dużo, by zadowolić swych zdeterminowanych rodziców. Wciąż są przez nich krytykowane i popychane do przodu. *Bierni rodzice* – są najbardziej ciepli i choć mają lepszy kontakt emocjonalny z dziećmi, nadal są zajęci sobą, a ich własne potrzeby stoją na pierwszym miejscu. Pozwalają dzieciom na wszystko, jakby nie ponosili odpowiedzialności za rodzicielstwo. Mogą je kochać, ale nie pomogą, gdy za dużo to od nich wymaga. Dzieci czują się od nich odcięte, jakby rodzice byli za murem.

Jak dzieci niedojrzałych rodziców radzą sobie?

– Niektóre snują kojące fantazje. Myślą, że jeśli będą „dobre", rodzice w końcu je pokochają. Zmienią się i będą zdolni do emocjonalnego kontaktu i empatii. W tym celu dzieci rozwijają pozorną tożsamość, zaprojektowaną tak, by zadowolić rodzica. W ten sposób próbują radzić sobie z wewnętrznymi przeżyciami Zostaje samo ze swoimi przeżyciami, a w dorosłym życiu dziecko często cierpi z powodu chronicznej samotności. Brakuje mu głębokiego związku z kimś, kto je dostrzega i rozumie.

Zkim się wiążą dorosłe dzieci niedojrzałych emocjonalnie rodziców?

– Często angażują się w relacje z partnerami słabymi i potrzebującymi pomocy albo narcystycznymi i dominującymi. Wspólnym ich mianownikiem jest egocentryzm oraz oczekiwanie, że to druga osoba wykona całą emocjonalną pracę, by relacja mogła jakoś trwać. Wchodzą w takie związki, bo wierzą, że zaniedbanie własnych potrzeb jest kluczem do bycia kochanym. Gotowe są do poświęcenia – podobnie, gdy dorastały z zaabsorbowanymi sobą rodzicami. Wątpią, czy potrafią w kochać. Czują się winni, jeśli nie przedkładają potrzeb innych nad własne, nawet jeśli partner ucieka się do szantażu lub przemocy.

Dają się wciągnąć wuwikłanie. Czym różni się ono od bliskości emocjonalnej?

– Uwikłanie oznacza zamazywanie się granic między mną a inną osobą. W efekcie projektuję na nią własne problemy i przekonania, jakby była moim lustrzanym odbiciem. Nie ma tu prawdziwej intymności, ponieważ partnerzy w uwikłaniu nie są zainteresowani poznaniem siebie nawzajem. Zamiast tego snują fantazje, że nie ma między nimi żadnych różnic. Gdy rodzic wchodzi w takie emocjonalne uwikłanie z dzieckiem, nie pozwala mu rozwinąć odrębnej tożsamości i zdolności do funkcjonowania jako autonomiczna osoba. Przejawem uwikłania jest wypowiadanie się za kogoś z jego milczącym przyzwoleniem. Natomiast bliskość emocjonalna oznacza, że osoby dzielą się swoimi prawdziwymi uczuciami i myślami w kwestiach prozaicznych, po głębokie rozmowy i dzielenie się tym, czego się wstydzę lub wobec czego czuję się bezbronna.

Co pomaga uwolnić się zemocjonalnego uwikłania wrelacji zniedojrzałym rodzicem?

– Najważniejsze, że wiemy, co chcemy osiągnąć w relacji z nim. Nie pozwalamy rodzicowi kierować interakcją. Gdy oderwiemy się od niego emocjonalnie, możemy dostrzec, jakie jego zachowania ograniczały naszą wolność. Nazywając je, zaczynamy kierować naszym zachowaniem, zamiast dać się ponieść wzbudzonym przez rodzica emocjom lub jego szantażom. Najlepiej działają stanowcze, nieagresywne techniki komunikacji, kiedy spokojnie powtarzamy swoje stanowisko, bez reagowania na zarzuty rodzica. Dzięki temu unikamy życzeniowych, kojących fantazji i nie dajemy się rodzicowi wciągnąć w jego emocjonalne zniekształcenia rzeczywistości.

FOT. GETTYIMAGES

To, co nieoczywiste. Kiedy trudność może wzmocnić?

Los wystawia nas na różne próby, a my, mimo usilnych starań, nie jesteśmy w stanie wszystkiego kontrolować, co powoduje psychiczne cierpienie. Ale jak mówi Albert Einstein: „W sercu każdej trudności spoczywa ukryta możliwość". Niespodziewane ekstremalne sytuacje mogą stać się inspiracją do zmian i przyczynkiem do rozwoju, do bardziej pełnego życia.

Marta Szydłowska-Pierzak

Jak przygotować się do trudnej rozmowy z bliską osobą?

Prowadzenie kluczowych rozmów, zachowanie spokoju w ich trakcie, odpowiednie wyrażanie swoich emocji i potrzeb to cenne umiejętności, pogłębiające nasze relacje. Dobre zaplanowanie i przygotowanie się do rozmowy może znacznie zmniejszyć nasze obawy i poziom zdenerwowania. A trudna rozmowa nie będzie aż tak skomplikowana.

Malwina Huńczak

Nie ignoruj listów poleconych

Agata Antoniak
Specjalista ds. prawnych
Pretorius Sp. z o.o.

Nieodebranie i ignorowanie przesyłek poleconych z sądu, urzędu lub od komornika może mieć dla adresata przykre konsekwencje. Nie wszyscy zdają sobie z tego sprawę.

Najczęstszym sposobem komunikacji danego urzędu z uczestnikiem postępowania lub zainteresowanym w danej sprawie jest doręczanie pism sądowych czy urzędowych przez pocztę. Zgodnie z kodeksem postępowania cywilnego korespondencję przesyła się listem poleconym za zwrotnym potwierdzeniem odbioru. Potwierdzenia stosowane są przede wszystkim przy wysyłaniu ważnych dokumentów i pism. Ma to kluczowe znaczenie zarówno dla nadawcy, jak i dla odbiorcy, szczególnie przy ustaleniu terminu dla dokonania czynności związanej z otrzymaną korespondencją, np. przy zawiadomieniach bądź wezwaniach sądowych. Potwierdzenie nadania przesyłki rejestrowanej wydane przez placówkę pocztową ma moc dokumentu urzędowego i stanowi dowód tego, co zostało w nim stwierdzone.

2 TYGODNIE NA ODEBRANIE

Jak podaje art. 133 kpc, jeżeli stroną jest osoba fizyczna, doręczenia dokonuje się jej osobiście, a gdy nie ma ona zdolności procesowej (np. osoba małoletnia) – doręcza się ją przedstawicielowi ustawowemu. W przypadku osoby prawnej, doręczenia dokonuje się organowi uprawnionemu do reprezentowania przed sądem bądź pracownikowi upoważnionemu do odbioru korespondencji. Natomiast przedsiębiorcom pisma sądowe doręcza się na adres podany w rejestrze CEIDG, chyba że został wskazany inny adres właściwy do doręczeń.

Doręczenie pism sądowych, z urzędu bądź od komornika, osobie fizycznej dokonuje się w miejscu zamieszkania, pracy czy też tam, gdzie zostanie zastana. W myśl art. 138 §1 kpc, jeżeli doręczający nie zastanie adresata w mieszkaniu, może doręczyć pismo sądowe dorosłemu domownikowi, a gdyby go nie było, to administracji domu, dozorcy domu lub sołtysowi. Okoliczność, kiedy faktycznie pismo zostało przekazane adresatowi, nie ma znaczenia dla oceny skuteczności doręczenia powodując bieg terminów procesowych. Odbierający potwierdza otrzymanie datą i własnoręcznym podpisem.
W przypadku, gdy adresat odmawia przyjęcia korespondencji, doręczenie uważa się za dokonane. Natomiast, gdy nie ma możliwości doręczenia w/w osobom, listonosz pozostawia tzw. awizo, czyli zawiadomienie o tym, gdzie i kiedy pismo pozostawiono wraz z pouczeniem o terminie odbioru w ciągu siedmiu dni. Jeśli w tym terminie pismo nie zostanie odebrane przez adresata, listonosz zostawi kolejne awizo. Oznacza to, że osoba, do której została skierowana korespondencja, od pierwszego zawiadomienia ma dwa tygodnie na odebranie pisma w odpowiedniej placówce pocztowej.

DLA WŁASNEGO DOBRA

Dodajmy, że nieodebranie pisma od komornika sądowego nie wstrzymuje działań egzekucyjnych, więc strona (dłużnik) może nie mieć pełnej wiedzy o toczącym się postępowaniu i podejmowanych w jego toku czynności, co na pewno skutkuje dla niej negatywnie. Co więcej, warto pamiętać, że nie zawsze jesteśmy pewni, czego konkretnie dotyczy kierowana do nas korespondencja. Tymczasem może ona zawierać istotne informacje, które powinny spowodować podjęcie działań w celu obrony swych praw i interesów, a nieodebranie znacznie to utrudni.

List polecony to przesyłka rejestrowana, czyli taka, której przyjęcie pracownik poczty potwierdza nadawcy, wydając mu specjalne pokwitowanie, a adresat po doręczeniu kwituje odbiór. Według obowiązujących przepisów maksymalna masa listu poleconego może wynosić 2000 gramów. Listami poleconymi wysyłać można korespondencję, dokumenty, druki, czasopisma, książki i inne drobne przedmioty dopuszczone do obrotu pocztowego. Listy polecone oznaczane są dodatkową naklejką na kopercie, zazwyczaj białą w czerwonej ramce, z dużą literą R (od Recommandé – polecony), nazwą urzędu pocztowego, w którym przesyłkę przyjęto i numerem ewidencyjnym listu. W celu zautomatyzowania procesu odczytywania numerów przesyłek poleconych stosuje się coraz częściej kodowanie ich przy pomocy kodów kreskowych.

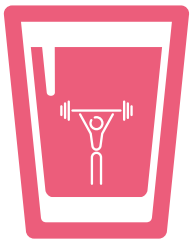
WIKIPEDIA.ORG

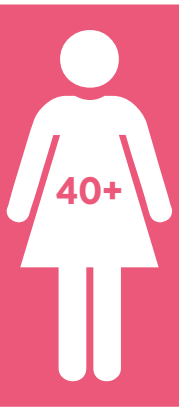
REKLAMA

PATENTY Women'sHealth

ELIKSIR SIŁY

Chcesz poprawić swoje wyniki sportowe? Pij sok z buraka. Uczeni z Exeter University wykazali, że regularne picie soku z buraka poprawia wydolność organizmu. Jak to zbadali? Ochotnicy pijący sok z buraka (500 ml dziennie przez sześć dni) byli w stanie intensywnie ćwiczyć aż do wyczerpania nawet 25% dłużej niż wtedy, gdy nie sięgali po ten siłodajny eliksir. Najlepsze efekty osiągniesz, pijąc go na dwie godziny przed treningiem.





NIE JEST ZA PÓŹNO

Badacze z University of Warwick ustalili, że jeśli chcesz zrzucić parę kilo, wiek nie jest przeszkodą. Porównali ludzi po sześćdziesiątce z młodszymi i okazało się, że przy porównywalnych zmianach w stylu życia (klasyka: więcej ruchu, lepsze jedzenie) spadek wagi u osób starszych był nawet nieznacznie większy niż u tych, którym do emerytury jeszcze sporo brakuje.

44%

Uczeni z Lozanny wyliczyli, że o tyle rośnie ryzyko cukrzycy u palaczy. Jeśli palisz 20 papierosów i więcej dziennie, ryzyko zwiększa się aż do 66%. Czyli nie tylko rak płuc i zawał serca.

CO W NUMERZE?

- Jillian Michaels – królowa fitnessowych guru i trenerka trenerek o skutecznym odchudzaniu.
- 24 nietuczące przekąski nie tylko dla wegan.
- Odwyk od cukru.
- Czy możesz zmienić swoje geny?
- Seks w czasie pandemii.

PATENTY Men'sHealth

65%

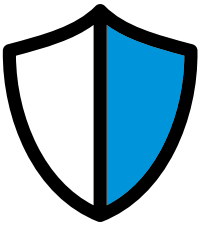
Taki odsetek czytelniczek Women's Health Polska uważa, że przyjaźń z benefitami (friends with benefits) może być bardzo satysfakcjonującym układem dla kobiet. Nie lękajcie się, panowie.

Biegiem!

Masz zły nastrój? Idź pobiegać. Teraz, natychmiast, bo bieg działa również doraźnie. Po półgodzinnym biegu w organizmie zaczynają wydzielać się dwie substancje: endorfiny i anandamid. Pierwsze działają jak opium, druga jak marihuana. Legalny haj, na dodatek za darmo!

Probiotyki

Choć armia fanów probiotyków jest liczna, według autorów artykułu opublikowanego w „JAMA Internal Medicine" wciąż brakuje wiarygodnych wyników badań, które potwierdzałyby, że suplementacja probiotyków zwiększa odporność u ludzi zdrowych. Jedzenie probiotyczne (np. jogurty, zupa miso czy kiszona kapusta) to inna sprawa – jedz śmiało.



CO W NUMERZE?

- Jason Momoa – uśmiechnięty olbrzym o swoim życiu.
- 16 sposobów, jak nie marnować. Czasu, kasy, okazji.
- Wyścig po szczepionkę na COVID-19.
- 31 naukowych patentów na mocne serce.
- Jak jeść słodycze i nie tyć

Zakupy w drugiej fali pandemii

Jak wynika z danych CMR, w listopadzie 2020 r. łączna liczba transakcji w sklepach małoformatowych do 300 m2 była o 18% niższa niż rok wcześniej, a ich obroty spadły o 1,8%. W listopadzie sklepy małoformatowe odwiedziło o 14% mniej klientów niż w październiku, natomiast łączna wartość sprzedaży obniżyła się w tym czasie o 10%.

FOT. GETTYIMAGES

SPADKI SPRZEDAŻY

W listopadzie odczuwalne były skutki drugiej fali epidemii koronawirusa i związanych z nią ograniczeń. Nauka i praca zdalna ogranicza zapotrzebowanie na produkty wygodne do zabrania ze sobą lub zjedzenia w biegu, co przekłada się na spadki sprzedaży w ujęciu rok do roku różnego rodzaju przekąsek, słodyczy impulsowych, a także napojów w małych opakowaniach. W listopadzie 2020 r. wartość sprzedaży batonów czekoladowych była o 16% niższa niż rok wcześniej, a wydatki na rogaliki z czekoladą i na gumy do żucia spadły aż o 34%. Druga fala epidemii przyniosła również spadek zapotrzebowania na napoje energetyzujące (w listopadzie wartość ich sprzedaży była o 7% niższa niż rok wcześniej), a także izotoniczne (spadek o 18%), ale słabiej niż przed rokiem w placówkach małego formatu sprzedawały się również wody, napoje gazowane, a także soki i napoje niegazowane (wydatki na te ostatnie spadły w porównaniu z listopadem 2019 r. aż o 20%).

W marcu i kwietniu, czyli tuż po wybuchu pandemii koronawirusa, sklepy małoformatowe były często wybierane na miejsce większych zakupów spożywczych, przez co duże wzrosty notowały kategorie kulinarne, produkty zbożowe, nabiał czy produkty mięsne. Jednak teraz bliskość, kameralność i związane z nią poczucie bezpieczeństwa nie wystarczają, by ponownie przyciągnąć klientów na duże zakupy. Jak wynika z danych CMR, w drugiej fali klienci na zakupy produktów spożywczych chętniej chodzą do większych placówek, dla których wprowadzone w drugiej fali limity klientów nie są aż tak uciążliwe jak te, które obowiązywały w kwietniu. W efekcie w listopadzie w sklepach małoformatowych sprzedaż produktów zbożowych, mlecznych czy kulinarnych utrzymuje się na poziomie podobnym, a czasem nawet niższym niż przed rokiem. Więcej niż przed rokiem klienci sklepów małoformatowych wydali m.in. na przyprawy (wzrost o 13% w ujęciu rdr), miody, warzywa kiszone (wzrost o 12%), dodatki do wypieków, a także parówki i inne wędliny paczkowane. Jednak wydatki na mąki i olej były już tylko o około 4% wyższe niż przed rokiem, natomiast wartość sprzedaży makaronu, mleka, płatków śniadaniowych czy mrożonek była o kilka procent niższa niż w listopadzie 2020 r.

DROŻDŻE, MYDŁO I SPIRYTUS

Produkty, które stały się niemal symbolami pierwszych tygodni pandemii, w drugiej fali też sprzedawały się lepiej niż przed rokiem, ale wzrosty ich sprzedaży nie były już tak imponujące jak w marcu czy kwietniu. W listopadzie 2020 r. wartość sprzedaży drożdży i mydeł w płynie była o 30% wyższa niż rok wcześniej, natomiast wydatki na spirytus wzrosły w tym czasie o 55%. W listopadzie zapobiegliwi klienci sklepów małoformatowych więcej niż przed rokiem wydali również na świece i baterie (wzrost o 13% w ujęciu rdr). W listopadzie 2020 r. średnia wartość transakcji w sklepach małoformatowych wyniosła 19,35 zł, o 20% więcej niż przed rokiem. Wyższa wartość średniego paragonu to po części efekt wzrostu cen, ale duże znaczenie ma też zmiana zwyczajów zakupowych związana z epidemią koronawirusa – zakupy są obecnie rzadsze, ale większe niż kiedyś.

ELŻBIETA SZAREJKO, CMR

REKLAMA

Uwaga! Wspaniała wiadomość!

ŚWIERSZCZYK

KRZYŻÓWKI I ŁAMIGŁÓWKI

od teraz i na zawsze jako kwartalnik

Co trzy miesiące nowiutkie wydanie,
a w nim **mnóstwo krzyżówek, rebusów, wykreślanek i labiryntów**
a także zupełnie nowa **gra planszowa**

Dzieci też kochają krzyżówki!

W pierwszym kwartale pada i topi się śnieg.

W drugim zieleni się i kwitnie wiosna.

Trzeci to lato pełne słońca i owoców.

A czwarty, szeleści liśćmi, pachnie zupą z dyni i szarlotką.

A O KAŻDEJ PORZE ROKU POJAWIA SIĘ NOWY NUMER KRZYŻÓWEK I ŁAMIGŁÓWEK

www.swierszczyk.pl

Olga Tokarczuk
„Czuły narrator"
Wydawnictwo Literackie

Pierwsza książka Olgi Tokarczuk po tym, jak w 2019 r. otrzymała literacką Nagrodę Nobla. To wyjątkowe zaproszenie za kulisy własnej twórczości i opowieść o współczesnym świecie. Laboratorium powstających tekstów, książek, bohaterów. Proces żmudnych, ale i fascynujących poszukiwań. Eksplozje wyobraźni. Podążanie za logiką rodzącej się fabuły i za wewnętrznym światem bohaterów, odkrywanie ich motywacji, światopoglądów. Odsłanianie pasjonujących historii, ale też opowieść o lekturach i osobistych doświadczeniach. Wytrwałe dążenie do tego, by rozumieć nieskończone zróżnicowanie i skomplikowanie świata.
W zbiorze znalazło się dwanaście wyselekcjonowanych, najważniejszych esejów i wykładów, dzięki którym możemy zajrzeć za kulisy twórczości Olgi Tokarczuk. To teksty kluczowe i premierowe. Recz jasna nie mogło też zabraknąć szeroko komentowanej mowy noblowskiej.

Katarzyna Puzyńska
„Śreżoga"
Prószyński Media

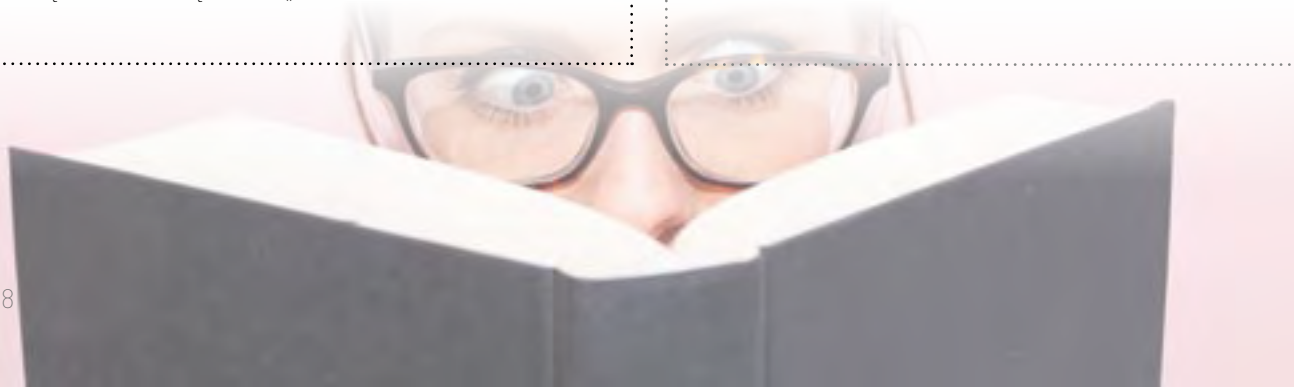
Dwunasty tom sagi o Lipowie. Ktoś czai się z siekierą w ciemności. Sierżant sztabowy Radosław Trawiński boi się, że to aspirant Daniel Podgórski, który odkrył, że śmierć jego partnerki nie była samobójstwem. Czyżby przyszedł się zemścić? Tymczasem w okolicy giną jeszcze trzy osoby. Właściciel zajazdu wygląda wprawdzie, jakby spokojnie zasnął, ale jego pracownica nie ma tyle szczęścia. Jej ciało zostaje brutalnie zmasakrowane. Kilkanaście kilometrów dalej, na cichej leśnej polanie, ktoś ustawił aparat fotograficzny. Jego obiektyw skierowany jest na porąbane ciało młodego mężczyzny. Tylko twarz pozostaje nienaruszona. To nie pierwszy raz, kiedy sprawca zabiera ze sobą trofeum.
Dwa lata wcześniej ginie pewna młoda dziewczyna. Ona również zostaje w ten sposób okaleczona. Kim jest i dlaczego wygląda, jakby przybyła z przeszłości? Co oznacza dziwny znak, który rysuje pewna pisarka?

Marcin Margielewski
„Tajemnice hoteli Dubaju"
Prószyński Media

W luksusowych hotelach Dubaju doba kosztuje fortunę. Zatrzymują się tam tylko najbogatsi. Zostawiają miliony, by zrealizować swoje fantazje i ukryć je przed światem. Teraz możesz poznać ich tajemnice. Hotelowy konsjerż, czyli przedstawiciel najbardziej ekskluzywnej hotelowej obsługi. Jest jak współczesny dżin, musi być na każde skinienie swoich obrzydliwie bogatych gości i nie ma życzenia, którego nie spełni. Wszystko, co wydarzyło się w czterech ścianach luksusowego świata, ma w nich pozostać. A jeśli prawda wyjdzie na jaw?
Marcin Margielewski poznał Samira, konsjerża jednego z najdroższych hoteli w Dubaju, który zdradził jego pilnie strzeżone tajemnice. W tym zawodzie stawką są bajecznie wielkie pieniądze, a czasami... ludzkie życie. Jakie sekrety skrywają najbogatsi ludzie świata? Jak spędzić najdroższe wakacje życia, nie wydając ani grosza? Książka ukazał się w serii „Fakt Bestseller".

TOP 10
książek w salonikach Kolportera w 2020 r.

1. Blanka Lipińska, „365 dni"
2. Blanka Lipińska, „Kolejne 365 dni"
3. Blanka Lipińska, „Ten dzień"
4. Marcin Margielewski, „Tajemnice Hoteli Dubaju"
5. Marcin Margielewski, „Zaginione arabskie księżniczki"
6. Tanya Valko, „Arabski książę"
7. Remigiusz Mróz, „Głosy z zaświatów"
8. Stephen King, „Jest krew"
9. Remigiusz Mróz, „Lot 202"
10. Anne Applebaum, „Matka Polka"



REKLAMA

Sprzedawaj PRENUMERATY TECZKOWE

ZALETY DLA SPRZEDAWCÓW

- Masz zagwarantowaną sprzedaż przez cały miesiąc
- zyskujesz stałych klientów, którzy codziennie będą odwiedzali Twój punkt sprzedaży
- masz możliwość automatycznego przedłużania prenumeraty teczkowej na kolejny miesiąc

ZALETY DLA KLIENTÓW

- najkorzystniejsza cena „Wyborczej" w prenumeracie teczkowej
- dogodny sposób i miejsce odbioru
- gwarancja dostępności
- gwarancja zakupu

- ➔ Informuj klientów o prenumeracie teczkowej
- ➔ Przyjmuj zamówienia
- ➔ Zyskaj nowych, stałych klientów!

Już dziś zadzwoń do Biura Obsługi Klienta lub wejdź na bezpłatny portal kontrahenta (portaldlaklienta.kolporter.com.pl) i złóż zamówienie na prenumeratę teczkową „Gazety Wyborczej". Jeśli jesteś Partnerem prowadzącym Salonik Kolportera skorzystaj z opcji dostępnej w systemie iDetal i zamów prenumeratę „Gazety Wyborczej".

Egzemplarze prenumeraty teczkowej otrzymasz wraz z bieżącą dostawą prasy.

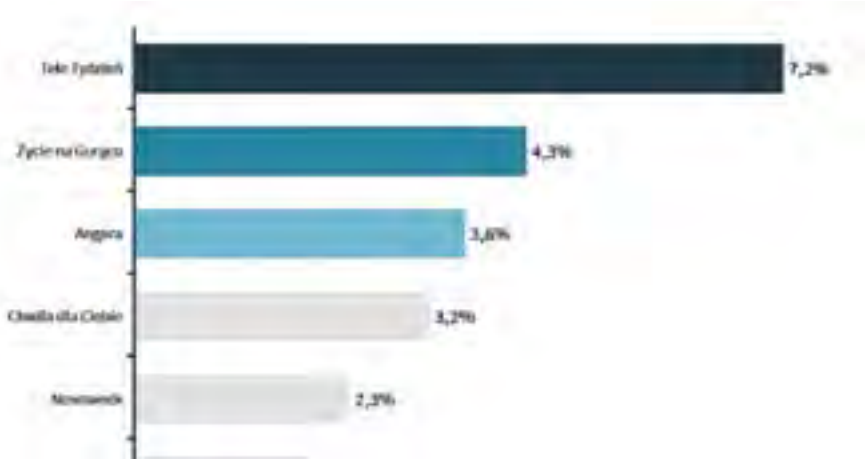
Cena sugerowana – około 15 % rabatu w stosunku do średniej ceny egzemplarzowej. Oferta dotyczy wydań „Wyborczej" o zawartości odpowiadającej niższej z cen podanych na egzemplarzu.

Stałe gusta czytelników prasy

Pandemia nie wpłynęła znacząco na upodobania czytelnicze odbiorców prasy. Z najnowszego raportu Polskich Badań Czytelnictwa za okres od maja do października 2020 r. wynika, że w czołówce najchętniej czytanych tytułów prasowych nie zaszły większe zmiany.

Jeśli chodzi o dzienniki ogólnopolskie, to największy procent czytelników ma „Fakt" (2,8 proc.), a estymacja, czyli średnia liczba czytelników, którzy zetknęli się z przeciętnym wydaniem pisma (czytali je, bądź przeglądali), wynosi 833 000 osób. Na drugim miejscu jest „Gazeta Wyborcza" (2,1 proc; 635 000), a na trzecim „Super Express" (1,8 proc.; 538 000).
W przypadku tygodników czołówka wygląda następująco: „Tele Tydzień" (7,2 proc; estymacja 2 173 000 czytelników na jedno wydanie), „Życie na Gorąco" (4,3 proc.; 1 268 000) i „Angora" (3,6 proc.; 1 088 000).
W pierwszej trójce najchętniej czytanych dwutygodników znalazły się kolejno: „Przyjaciółka" (2,7 proc.; estymacja 822 000 czytelników na jedno wydanie), „Z Życia Wzięte" (2,3 proc.; 700 000) i „Pani Domu" (2,1 proc.; 636 000).

CZYTELNICTWO TYGODNIKÓW
W OKRESIE OD MAJA DO PAŹDZIERNIKA 2020



CZYTELNICTWO MIESIĘCZNIKÓW
W OKRESIE OD MAJA DO PAŹDZIERNIKA 2020

W kategorii miesięczników prowadzi „Komputer Świat", który zdetronizował „Twój Styl". W omawianym okresie „Komputer Świat" czytało 2 proc. respondentów, co oznacza estymację 609 000 czytelników na jedno wydanie. Dla „Twojego Stylu" te wskaźniki wynoszą odpowiednio 2,0 proc. i 589 000 czytelników. Trzecie miejsce przypadło „Światu Wiedzy" (1,7 proc.; 521 000).
I jeszcze słów kilka o dwumiesięcznikach. W tej kategorii najczęściej wybieranym tytułem do czytania był „Focus Historia" (0,9 proc.; średnio 275 000 czytelników na jedno wydanie), potem „PC Format" (0,9 proc.; 260 000) oraz „Komputer Świat. Twój Niezbędnik" (0,8 proc.; 250 000).

RED

POLSKIE BADANIA CZYTELNICTWA; MAJ 2020 - PAŹDZIERNIK 2020; CPW; GRUPA CELOWA: OSOBY W WIEKU 15-75 LAT, LICZBA PRZEBADANYCH RESPONDENTÓW: 14 202, REALIZACJA: KANTAR POLSKA, OGÓLNOPOLSKI PANEL BADAWCZY ARIADNA, ARC RYNEK I OPINIA.

REKLAMA

WŁASNE UPRAWY

Jak cieszyć się smacznymi warzywami, owocami i ziołami z własnego ogrodu

Owoce, warzywa i zioła prosto z grządki smakują tak, jak chciała natura, dystansując pod tym względem wszystkie produkty dostępne w sklepach. Są też łatwe w uprawie – a informacje niezbędne do tego, aby wszystko się udało znajdziecie w niniejszym Wydaniu Specjalnym magazynu Gardeners' World.

• 60 pysznych gatunków • Porady krok po kroku • Uprawy w doniczkach • Co sadzić w cieniu • Jak oszczędzać czas • Jak cieszyć się smacznymi warzywami, owocami i ziołami z własnego ogrodu

ZAMÓW JUŻ TERAZ U SWOJEGO KOLPORTERA

Jedna z najlepszych gazet

Prasa zachodnia ma długą tradycję. Wiele gazet założonych w XIX wieku ukazuje się do dzisiaj. Tak jest m.in. z czołowym duńskim dziennikiem „Politiken" („Polityka"), który wychodzi od 1884 r., a 9 lat temu został uznany za jedną z najlepszych gazet codziennych na świecie.

ZDJĘCIA TOMASZ SIENICKI I DOMENA PUBLICZNA

Siedziba redakcji „Politiken" od 1912 roku mieści się przy placu Ratuszowym w Kopenhadze

WALKA O PRAWA KOBIET

„Politiken" założyli dwaj dziennikarze Viggo Hørup i Edvard Brandes, których wcześniej zwolniono z innej gazety za pyskowanie i z powodu różnic politycznych. Początkowo nakład gazety wynosił 2 000 egzemplarzy, ale pod kierownictwem obu panów dziennik szybko zyskiwał czytelników. W 1901 nakład wzrósł do 23 142, a w 1910 roku do 41 400 egzemplarzy. Przez długie lata dziennik związany był z Duńską Partią Społeczno-Liberalną. Od 1970 r. jest niezależnym tytułem o liberalnym profilu.

Z bogatej historii „Politiken" wybierzmy kilka znaczących faktów. Gazeta była jedną z pierwszych, która dużo miejsca na swych łamach poświęcała równouprawnieniu kobiet. Już w pierwszych latach ważną postacią w redakcji była Ellen Hørup, córka Viggo Hørupa. Chociaż skończyła stomatologię, poświęciła się dziennikarstwu. Angażowała się w walkę o prawa kobiet, była też korespondentką zagraniczną we Włoszech i Indiach. Oprócz Ellen, drugą dziennikarką w tamtych latach była Loulou Lassen, która pracowała w dzienniku od 1910 roku przez prawie 37 lat, pisząc o polityce.

Pierwsza fotografia na łamach „Politiken" ukazała się już w 1908 roku, a jej autor Holger Damgaard został pierwszym w Danii fotografem zatrudnionym w gazecie na etacie. Fotografie i grafiki zawsze były mocnym atutem „Politiken", choć czasem wywoływały międzynarodowy skandal. Tak było w 2010 roku, gdy gazeta opublikował karykaturę, przedstawiającą Mahometa z bombą w turbanie. W przeprosinach redaktor naczelny Tøger Seidenfaden napisał, że rysunek nie był satyrą, tylko częścią informacji prasowej.

I jeszcze wspomnijmy o pojedynku, do którego doszło w 1900 roku Współzałożyciel „Politiken" Edvard Brandes w recenzji teatralnej obśmiał aktora Teatru Królewskiego. Po wzajemnym obrażaniu się oby panów na łamach różnych, w końcu doszło do pojedynku na pistolety. Na szczęście nikt nie zginął ani nie został ranny, a adwersarze trafili na 14 dni do więzienia, ponieważ pojedynki były w Danii zakazane.

KIEPURA NA JUBILEUSZU

Złotym okresem w historii „Politiken" były lata międzywojenne. Jak pisze prasoznawczyni Małgorzata Dwornik na portalu reporterzy.info, w 1934 r. „na jubileuszowe wydanie zużyto 200 ton papieru. (...) Wydanie jubileuszowe miało nakład 200 000 egzemplarzy i wszystkie zostały sprzedane. A gdyby wszystkie wydania „Politiken" ułożyć w stos, sięgałby na wysokość 6,5 km w górę. Na koncercie jubileuszowym wystąpił polski śpiewak Jan Kiepura". Dzisiaj, gdy wszystkie papierowe dzienniki tracą czytelników, nakład nie jest już tak duży, wynosi ok. 80 000 egzemplarzy.

„Politiken" i jej dziennikarze zdobywali wiele nagród. Oprócz wspomnianego na początku tytułu gazety „Najlepszej na świecie", dziennik został uznany za jedną z najlepiej zaprojektowanych gazet w Skandynawii w konkursie „Best of Scandinavian News Design". W 2010 Europejski Kongres Prasy przyznał „Politiken" nagrodę European Newspaper Award w kategorii gazet ogólnokrajowych. Fotoreporter duńskiej gazety Jan Grarup wielokrotnie zdobywał nagrody World Press Photo Awards.

GK

REKLAMA

FAKT poleca!

Fakt
GAZETA CODZIENNA

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 8,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 19,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 9,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 8,99zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 15,99zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 7,99 zł

OD 26 STYCZNIA
W SPRZEDAŻY!
Tylko 8,99 zł

OD 12 STYCZNIA
W SPRZEDAŻY!
Tom XXX
Tylko 13,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 8,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 11,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 9,99 zł

JUŻ W SPRZEDAŻY!
Tylko 7,99 zł

DOBRE CHWILE
zawsze w piątek z FAKTEM!

FAKT TV
zawsze w czwartek z FAKTEM!

REKLAMA

EZOTERYKA / TAJEMNICE / ZDROWIE / ROZWÓJ DUCHOWY / HOROSKOP

Styczniowy numer już w sprzedaży!

W najnowszym wydaniu „Czwartego Wymiaru" znajdziesz m.in.:

- prognozę astrologiczną na 2021 rok;
- potencjał energetyczny feng shui dla nowego roku;
- sposoby na skuteczną realizację postanowień noworocznych;
- proroctwa Leonarda da Vinci dla naszej cywilizacji;
- nieznane cuda w PRL-u;
- obrzędy, zwyczaje, tradycje związane z karnawałem.

Ponadto w miesięczniku znajdziesz także **horoskop** na styczeń, **porady**, **tajemnicze historie**, **fascynujące rozmowy**, **recenzje filmów**, **książek** i wiele innych!

Witamina D dla zdrowia

Witaminy są potrzebne człowiekowi do właściwego wzrostu i rozwoju. Odpowiednie ich stężenie korzystnie wpływa na zdrowie. Wśród niezbędnych witamin ważne miejsce zajmuje witamina D.

Witaminę D2 dostarczamy do organizmu, spożywając pokarmy pochodzenia roślinnego oraz naturalnie poddając się promieniowaniu słonecznemu. Witaminę D3 czerpiemy zaś z produktów pochodzenia zwierzęcego, a także w trakcie syntezy skórnej pod wpływem UVB.
Najlepszym naturalnym źródłem witaminy D są tłuste ryby morskie, tj. łosoś norweski, makrela, śledź, a także wątróbka, mleko i przetwory na bazie mleka, żółtka jaj, tran oraz grzyby (borowiki, boczniaki, shiitake, grzybki mun). Witamina D podana doustnie wraz z pożywieniem wchłania się z przewodu pokarmowego w ponad 80%.

ZAMÓW DO SWOJEGO PUNKTU I POLECAJ KLIENTOM

REKLAMA

Polecajcie nas do czytania!

Wyjątkowy miesięcznik dla kobiet WRÓŻKA

HOROSKOP NA STYCZEŃ

BARAN

Spadną na ciebie zadania, z którymi inni sobie nie poradzili. Ale to dla ciebie bułka z masłem. Udowodnisz, że nie ma tej firmy bez ciebie. W domu uważaj na słowa, zwłaszcza wobec starszych krewnych.

LEW

Będziesz uwijać się jak w ukropie, szkolenia, rozmowy, konferencje. Dużo się przy tym nauczysz i nawiążesz nowe kontakty. W domu również znajdziesz sobie mnóstwo zajęć, a z partnerem nie zaznasz nudy.

STRZELEC

Zbierzesz obfite plony swojej pracy, doczekasz się uznania, podwyżki i awansu. Wolny czas spędzać będziesz, bawiąc się z przyjaciółmi. Z jednym z nich zacieśnisz relację. Czy na pewno to tylko przyjaźń?

BYK

Będziesz teraz patrzeć w przyszłość z optymizmem, więc wszystko ci się uda. Nie przegapisz okazji do zmiany pracy na ciekawszą i lepiej płatną. Po pracy częściej spotkać będzie cię można poza domem.

PANNA

Nowe zadania w pracy nie przerażą cię, przeciwnie, wyczujesz w nich okazję do wzmocnienia swojej pozycji i być może upragnionego awansu. W zimowe wieczory zapragniesz ogrzać się przy domowym ognisku.

KOZIOROŻEC

Poczujesz satysfakcję z osiągniętych wyników i mocniej uwierzysz w siebie. Twój portfel wypełni się po brzegi. Toksycznymi znajomymi nie będziesz zawracać sobie głowy. Partner zrobi wszystko, by cię uszczęśliwić.

BLIŹNIĘTA

Wykorzystasz cały swój wdzięk i elokwencję, by poprawić relacje ze współpracownikami i przekonać ich do swoich poglądów. Umiejętność wzbudzania sympatii zaowocuje także niejedną randką.

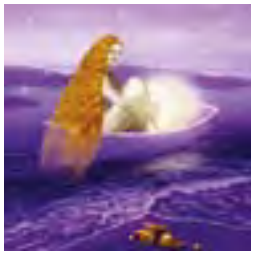
WAGA

Będziesz mieć żyłkę do interesów, bez problemów załatwisz także urzędowe sprawy. Poczucie humoru i pozytywne nastawienie przyciągną do ciebie przyjaciół. Jeśli tylko zechcesz, nawiążesz flirt lub romans.

WODNIK

Wszędzie będzie cię pełno. Zdołasz załatwić najtrudniejszą sprawę, dogadać się z każdym. Złośliwi krytycy zamilkną, a wrogowie sami przejdą na twoją stronę. W miłości nie zadowolisz się byle czym i byle kim.

RAK



Zawodowe i towarzyskie sukcesy sprawią, że odzyskasz pewność siebie i chętniej będziesz brać udział w przeróżnych projektach, imprezach i spotkaniach. Receptą na problemy w związku okaże się szczera rozmowa.

SKORPION

Nie unikniesz wpadek i pomyłek, ale nie myli się tylko ten, kto nic nie robi. Szybko zresztą naprawisz błędy i zyskasz punkty u szefa. Odnowisz kontakty z niektórymi krewnymi i zrobisz na kimś ogromne wrażenie.

RYBY

Spojrzysz na świat przez różowe okulary. W pracy więcej luzu, nie będziesz się więc przemęczać. Za to w domu chętnie coś poprzestawiasz. Wraz z partnerem nadrobicie wreszcie zaległości we wspólnych wyjściach i w sypialni.

REKLAMA

POLKART

POLKART POLECA

TOREBKI WALENTYNKOWE

5,20 zł
DUŻA

4,20 zł
ŚREDNIA

2,90 zł
MAŁA

4,99 zł
BUTELKOWA

WKRÓTCE W SPRZEDAŻY

www.polkart.eu

REKLAMA

MEDUZY: powabne tancerki i wyspecjalizowane trucicielki

Są delikatne, nie mają mózgu, ale 650 milionów lat egzystencji pozwoliło im rozwinąć umiejętności, których mogą im pozazdrościć nawet najtwardsi drapieżnicy. Meduzy są jednymi z najbardziej fascynujących stworzeń zamieszkujących morskie głębiny.

Meduzy składają się w 97% z wody. Wiele gatunków jest na tyle niepozornych, że można je pomylić z przezroczystym woreczkiem foliowym poruszanym przez prądy i fale morskie. Ale stworzenia te są znacznie bardziej złożone. Dziś wiemy, że te powabne wodne tancerki nie są takie niewinne i delikatne, jak na pierwszy rzut oka wyglądają. Przez miliony lat rozwinęły wiele wyspecjalizowanych funkcji, tworząc bardzo zróżnicowaną grupę. Są starsze niż owady i dinozaury, ich rozmiar sięga od kilku milimetrów do kilkunastu metrów, a trucizna, którą produkują, może w ciągu minuty zabić dorosłego człowieka. Głównym powodem, dlaczego uważamy to stworzenie za prymitywne, jest przede wszystkim prosta budowa ciała, w którym brakuje większości narządów i uważanych przez nas za fundament ciała, jak kości, serce i mózg. Ciało meduz ma kształt dzwonu, dysku lub grzyba. Składa się z zewnętrznego naskórka pochodzenia ektodermalnego i wewnętrznej gastrodermy wyścielającej jamę gastralną rozdzielonych mezogleą lub mezenchymą. W dolnej części ciała znajduje się otwór gębowy prowadzący do gardzieli, a przez nią do jamy gastralnej (chłonąco-trawiącej). Na krawędziach ciała osadzone są czułki, pojedyncze oczka i statocysty. To, że takie proste organizmy przeżyły setki milionów lat, jest niezwykłe i zarazem fascynujące. Udowadnia, że ewolucja niekoniecznie musi zmierzać w kierunku większej złożoności, ale zaspokaja się i prostszymi formami.

(RED)

WYDAWNICTWO AMCONEX POLECA:

TECHN

Sztuczne płuco	Joanna, piosenkarka		Pokaz mody: Służył do żęcia	Pokaz mody: Samczyk z samiczką		… Note, japońskie auto		Jedna z elektrod		Mieszkaniec Kamczatki	Krew wilka; farba		16	Gorliwy wyznawca	7
								Fryzura jak ssak		Maleńkie zadrapanie		Świat zwierzęcy		Skowronek polny	
Okucie wieka	23							10			Był walutą Holandii; gulden				
2					4	Bywa ulgowa				19			Kabina z kwarcówką	15	
Lichy poeta		12				24					Leczy kamicę nerkową				
9						Zakłada do mszy dalmatykę							Urzędowy spis nieruchomości	11	
W łebku zapałki		Perliczka	21				22				Stolica Chakasji jak gobelin				

Rozwiązanie krzyżówki nr 11/2020: „Co wioska to inna w sercu troska”.

Nagrody otrzymują: **główna nagroda w wysokości 300 zł:** Krystyna Szamałek – Koło.
24 nagrody po 50 zł: Andrzej Sztal – Lublin, Jerzy Biskup – Zagórz, Maja Tomarek – Żywiec, Magdalena Pikus-Góral – Tuchów, Hanna Rydlewska – Barcin, Helena Małysa – Skoczów, Zbigniew Dufajn – Połaniec, Katarzyna Kalwasińska – Sosnowiec, Anna Paszkiel – Ostrowiec Świętokrzyski, Katarzyna Krajcarz – Cedzyna, Patrycja Mikus – Siedlce, Teresa Małachowska – Gorzów Wlkp., Mirosława Majczak – Katowice, Krzysztof Konarczak – Tarnów, Aneta Straszak-Pappas – Zawiercie, Bogusława Kowalczyk – Świdnik, Helena Siwarska – Stargard, Łucja Nowak – Stęszew, Edyta Piątek – Józefów, Jan Kosiewski – Lublin, Beata Kuter – Rzeszów, Zdzisław Kuczek – Komańcza, Mieczysław Maciołek – Przemęt-Błotnica, Ewa Rasmus – Konin.

Gratulujemy. Nagrody ufundowała Agencja Wydawnicza „TECHNOPOL”.

Lista osób nagrodzonych z bieżącego numeru będzie opublikowana w numerze 279 (marzec) „Naszego Kolportera”, a nagrody zostaną wysłane pocztą w ciągu 90 dni od ukazania się niniejszego numeru. Regulamin jest dostępny na stronie: www.nasz.kolporter.com.pl/regulaminy

OPOL

LAUREAT KONKURSU
TERAZ POLSKA

„Palindromowy" rewolwer
Mała, wąska uliczka
Henryk, aktor („Łuk Erosa")
Wideo lub magnetofonowa
Widziadło senne
Pomocnik proboszcza
Tytuł cesarzy rzymskich
5
Bibl. żona Kiliona
At dla chemika
Grał go Hańcza
Więziła Odysa
Kotka na iwie
Owoc tarniny
1
3
William, autor „Hamleta"
20
17
14
Weki
6
Konflikt
18
„Życie …", film Anga Lee
Artretyzm
Amos, izrael. pisarz
Daw. na głowie papieża
Wydruk z lottomatu
… błękitna, ryba akwariowa
25
Rysunek wgłębny grawera
8
Imię Orzeszkowej
13

TECHNOPOL od 1987

Litery z pól ponumerowanych od 1 do 25 utworzą rozwiązanie – przysłowie polskie.

Do wygrania: 1 x 300 zł
24 x 50 zł

Nagrody funduje Agencja Wydawnicza „TECHNOPOL".

W losowaniu nagród wezmą udział wyłącznie osoby, które w terminie do **04.02.2021 r.** nadeślą rozwiązanie na zamieszczonym obok, prawidłowo wypełnionym kuponie **na nowy adres: Agencja Wydawnicza „TECHNOPOL" sp. z o. o., al. Armii Krajowej 12/30, 42-200 Częstochowa.**

Rozwiązanie Krzyżówki nr 1/2021

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25

Imię ..... Nazwisko .....

Kod pocztowy ..... Miejscowość .....

Ulica ..... nr domu ..... nr mieszkania .....

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych zawartych w niniejszym formularzu w celu przeprowadzenia konkursu „Krzyżówki TECHNOPOL" zgodnie z art.6 ust.1 lit. a rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/W. Przekazywanie danych jest dobrowolne, lecz niezbędne do wzięcia udziału w konkursie krzyżówkowym. Uczestnik konkursu ma prawo do dostępu do danych i poprawiania treści danych. Administratorem danych osobowych jest Agencja Wydawnicza TECHNOPOL sp. z o.o., al. Armii Krajowej 12/30 42-200 Częstochowa. Administrator udostępnia dane firmie Kolporter spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. wyłącznie w celu publikacji wyników konkursu.

Data ..... Czytelny podpis .....

FOT. ARCHIWUM

2002

2

styczeń

Tego dnia zaczęła działać w Warszawie przy ul. Instalatorów nowa firma – Kolporter Logistyka sp. z o.o., czyli dawna Ekspedycja Centralna Kolportera S.A. Zajmowała się świadczeniem kompleksowych usług logistycznych – od magazynowania i transportu ładunków o dużej masie począwszy, na dostarczaniu przesyłek kurierskich kończąc. W skład floty wchodziły samochody marki volvo – od 3.5 do 40 ton ładowności. Samochody obsługiwały kontrahentów we wszystkich większych miastach w Polsce.

Nasze Oddziały

ODDZIAŁ BIAŁOSTOCKI DYSTRYBUCJI PRASY
15-691 Białystok
Ul. Gen. Franciszka Kleeberga 14B
tel. 85 87 70 900
bialystok@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ BYDGOSKI DYSTRYBUCJI PRASY
85-862 Bydgoszcz
ul. Franza Blumwego 5 (Bydgoski Park Przemysłowo-Technologiczny)
tel. 52 561 30 00
fax 52 561 30 27
bydgoszcz@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ GDAŃSKI DYSTRYBUCJI PRASY
80-720 Gdańsk
ul. Połęże 3
tel. 58 732 51 22 do 27
gdansk@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ KATOWICKI DYSTRYBUCJI PRASY
40-382 Katowice
ul. Roździeńska 1B
tel. 32 359 68 68
fax 32 359 68 36
katowice@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ KIELECKI DYSTRYBUCJI PRASY
25-620 Kielce
ul. Kolberga 11
tel. 41 312 35 00, 41 312 35 10
fax 41 312 35 15
kielce@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ KOSZALIŃSKI DYSTRYBUCJI PRASY
75-736 Koszalin
ul. Gnieźnieńska 74
tel. 58 732 51 22 do 27
koszalin@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ KRAKOWSKI DYSTRYBUCJI PRASY
31-574 Kraków
ul. Ciepłownicza 37
tel. 12 25 49 700
fax 12 25 49 718
krakow@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ LUBELSKI DYSTRYBUCJI PRASY
20-231 Lublin
ul. Zadębie 65
tel. 81 445 24 44
fax 81 445 24 24
lublin@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ ŁÓDZKI DYSTRYBUCJI PRASY
93-253 Łódź
ul. Poli Gojawiczyńskiej 22
tel. 42 288 04 11-12,
fax 42 288 04 14
lodz@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ OLSZTYŃSKI DYSTRYBUCJI PRASY
10-683 Olsztyn
ul. Augustowska 23 a
tel. 22 355 05 00, 355 04 00
olsztyn@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ OPOLSKI DYSTRYBUCJI PRASY
45-233 Opole, ul. Oleska 117
tel. 77 545 09 40
fax 77 444 70 88
opole@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ POZNAŃSKI DYSTRYBUCJI PRASY
61-315 Poznań
ul. Pokrzywno 10A
tel. 61 624 66 77
fax 61 624 66 11
poznan@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ RZESZOWSKI DYSTRYBUCJI PRASY
35-205 Rzeszów
ul. Wspólna 2
tel. 12 25 49 700
rzeszow@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ SZCZECIŃSKI DYSTRYBUCJI PRASY
70-789 Szczecin
ul. Dąbska 69
tel. 91 881 35 88
fax 91 881 35 89
szczecin@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ WARSZAWSKI DYSTRYBUCJI PRASY
05-080 Izabelin, Mościska
ul. Bakaliowa 3
tel. 22 355 05 00, 355 04 00
Prenumerata: wew. 471 – 482
warszawa@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ WROCŁAWSKI DYSTRYBUCJI PRASY
53-010 Wrocław
ul. Stajenna 3-7
tel. 71 73 44 501 do 06
fax 71 73 44 531
wroclaw@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ ZIELONOGÓRSKI DYSTRYBUCJI PRASY
65-001 Zielona Góra
Al. Zjednoczenia 102 B
tel. 61 624 66 77
fax 61 624 66 11
zielonagora@kolporter.com.pl

Kolporter
ul. Zagnańska 61
25-528 Kielce
tel. 41 367 82 02 do 03
41 367 88 88
www.kolporter.com.pl
e-mail: biuro@kolporter.com.pl

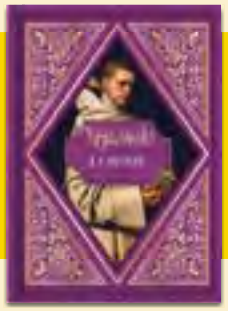
REKLAMA

JÓZEF IGNACY
Kraszewski

- Ekskluzywna kolekcja książek w pięknej złoconej oprawie będzie wyjątkową ozdobą domowej biblioteki
- Kolejne tomy przeniosą czytelnika w czasy pełne intryg, pojedynków i walki o honor
- To idealna okazja by poznać ponadczasowe dzieła w nowej odsłonie!

REKLAMOWANE w TV i INTERNECIE

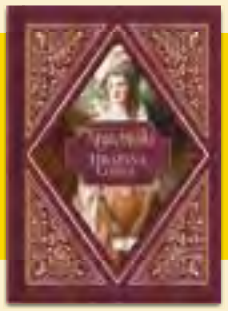
PAKIET!



TOM 1: Stara baśń **TOM 2: Lubonie**

Cena promocyjna: 14,90 zł. W sprzedaży od 20.01.2021

PAKIET!



TOM 3: Biały książę **TOM 4: Hrabina Cosel**

Cena promocyjna: 29,99 zł. W sprzedaży od 03.02.2021

Wydawca: Hachette Polska Sp. z o.o.
Częstotliwość: dwutygodnik
Liczba numerów serii: 80

WIĘCEJ NA: WWW.KOLEKCJA-KRASZEWSKI.PL

NATIONAL GEOGRAPHIC
ATLAS KOSMOSU

Kolekcja ATLAS KOSMOSU wraz z National Geographic odrywa i przybliża nowy, niesamowity wszechświat.

- **Kompleksowo przedstawiony temat**
  Układ Słoneczny, Droga Mleczna, galaktyki i tajemniczy początek wszechświata.
- **Unikalny materiał wizualny**
  Najlepsze zdjęcia wykonane przez NASA i ESA oraz liczne grafiki, rysunki i wykresy.
- **Wspaniała kolekcja dla wszystkich**
  Wiedza o Kosmosie zawarta w tekstach uznanych ekspertów i propagatorów tematu.

Reklamowane w TV i Internecie

Promowane przez Influencerów

Wydawca: Hachette Polska Sp. z o.o.
Częstotliwość: Dwutygodnik
Liczba numerów serii: 60

TOM 1: Układ słoneczny
Cena promocyjna: 9,90 zł
W sprzedaży od 20.01.2021

TOM 2: Czarne dziury
Cena promocyjna: 29,99 zł
W sprzedaży od 03.02.2021

Więcej na: www.atlas-kosmosu.pl

REKLAMA

KOLPORTER

JESTEŚMY **Z WAMI**

2021

kolporter.com.pl

Kolporter spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
ul. Zagnańska 61, 25-528 Kielce
tel. +48 41 367 88 88