



TEMAT MIESIĄCA

Ukojenie w lekturze

Najstynniejszy kaczor świata



Konkurs!

Sprzedaj więcej prenumerat teczkowych „Rzeczpospolitej” i „Parkietu”

Jeżeli jesteś sprzedawcą w małym kiosku lub w wielkim salonie prasowym, zawsze masz szansę na zdobycie wysokich nagród pieniężnych. Liczy się zwiększenie liczby prenumerat teczkowych dzienników „Rzeczpospolita” oraz Gazeta Giełdy i Inwestorów „Parkiet”.

Na czym polega zadanie sprzedawców?

Na jak najlepszej sprzedaży prenumerat teczkowych dzienników „Rzeczpospolita” i Gazeta Giełdy i Inwestorów „Parkiet”. Pod uwagę będą brane największe przyrosty sprzedaży prenumerat teczkowych na maj 2024 w porównaniu do kwietnia 2024 (według danych sprzedażowych Kolportera).

CZAS TRWANIA KONKURSU:

Zamówienia na prenumeraty teczkowe na maj 2024 przyjmowane będą od 10 do 25 kwietnia 2024 r.

NAJWAŻNIEJSZE ZALETY ZAKUPU PRENUMERATY TECZKOWEJ:

- papierowe wydanie „Rzeczpospolitej” i „Parkietu” do odbioru w wybranym kiosku, w dowolnym momencie
- e-wydanie w prezencie (korzystaj po rejestracji na stronie prenumerata.rp.pl oraz prenumerata.parkiet.com)
- dodatki w postaci poradników, książek oraz tygodników dostępnych tylko dla prenumeratorów obu dzienników

Weź udział w konkursie

ZADZWOŃ DO BIURA OBSŁUGI KOLPORTERA I PODAJ HASŁO:
Konkurs prenumerata teczkowa maj 2024

Każdy uczestnik otrzyma atrakcyjną nagrodę gwarantowaną – **Termos**

SPRAWDŹ, CO MOŻESZ WYGRAĆ

1000 zł za zajęcie I MIEJSCA

750 zł za zajęcie II MIEJSCA

500 zł za zajęcie III MIEJSCA

400 zł za zajęcie IV MIEJSCA

350 zł za zajęcie V MIEJSCA

300 zł za zajęcie VI MIEJSCA

250 zł za zajęcie VII MIEJSCA

200 zł za zajęcie VIII MIEJSCA

150 zł za zajęcie IX MIEJSCA

100 zł za zajęcie X MIEJSCA



ORGANIZATOREM KONKURSU JEST GREMI MEDIA SA
 SZCZEGÓŁOWY REGULAMIN KONKURSU JEST DOSTĘPNY NA STRONIE INTERNETOWEJ WWW.NASZ.KOLPORTER.COM.PL/REGULAMINY
 ORAZ PRENUMERATA.RP.PL/KONKURS

NASZ KOLPORTER

4/2024 (316)

WYDAWCA

Kolporter spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

REDAKTOR NACZELNY

Dariusz Materek

RADA PROGRAMOWA

Justyna Kozłowska
 Mariusz Iskała
 Bogusław Morański
 Michał Zbytek

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Kinga Szymkiewicz
 Grzegorz Kozera
 Robert Szczepaniak
 Tomasz Żebrowski

SKŁAD

Katarzyna Ryczek

ADRES REDAKCJI

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

Pod patronatem Izby Wydawców Prasy



REKLAMA
 tel. 41 367 82 24

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

Ilustracja na okładce: gettyimages

KOLPORTER

Znajdziesz nas na Facebooku, Twitterze, Instagramie



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

Aktualności z rynku prasowego
 - rynekprasowy.pl

LICZBA MIESIĄCA

80

... procent Polaków w wieku 15-75 lat czyta prasę drukowaną lub cyfrową.



Tęsknota za ciepłą wodą w kranie

Jeszcze do niedawna określenie „ciepła woda w kranie” było politycznym epitetem, którym jedna ze stron polskiej sceny politycznej określała pogardliwie działania drugiej. Była synonimem przedkładania spokojnej stabilizacji nad ambitne polityczne cele, odważne reformy, ostrą walkę na arenie międzynarodowej. Ani jedna, ani druga strona stałego politycznego sporu nie przewidziały, że „mała stabilizacja” stanie się powszechną, globalną tęsknotą. Nikt tego nie przewidział.

Wszystko zmieniły dwa wydarzenia – pandemia koronawirusa i atak Rosji na Ukrainę. COVID-19 pokazał nam, że wobec niektórych chorób jesteśmy tak samo bezbronni, jak nasi przodkowie kilkadziesiąt lat temu. A Putin, że kolejna światowa wojna może być realnym scenariuszem. Nic więc dziwnego, że według Kantar Global Monitor 2024 tegorocznym ogólnospołecznym trendem będzie poszukiwanie produktów i usług, które pozwalają nam się uspokoić, zrelaksować, zadbać o siebie. Potrzebujemy tego jak tlenu. Coraz wyraźniejsza jest również powszechna nostalgia za spokojnymi, dobrymi czasami młodości i dzieciństwa. Czy w przywróceniu dawnych, pozytywnych emocji może pomóc prasa? W jakim stopniu jest w stanie oswoić powszechnie lęki? Jak może wesprzeć coraz bardziej zagubione w dzisiejszym świecie społeczeństwa? Odpowiedzi na te pytania staramy się znaleźć w artykule „Ukojenie w lekturze”, który jest głównym tematem kwietniowego numeru „Naszego Kolportera”.

Odpowiadając w pewien sposób na powszechną nostalgię, w tym numerze przypominamy dwie kultowe postaci komiksowe. Starsi miłośnicy tego gatunku znają na pewno doskonale Thorgala, młodszy – Kaczora Donalda. Ta pierwsza postać ma już blisko 50 lat, ta druga świętuje w tym roku 90 urodziny. Mimo upływu lat obie serie komiksowe są swego rodzaju fenomenem – ich popularność nie słabnie, a rysowane przygody obu bohaterów śledzą kolejne pokolenia. Zachęcam do lektury poświęconych im artykułów – „Wiking z gwiazd” i „Najsłynniejszy kaczor świata”.

Wszystkim zainteresowanym rynkiem prasowym polecam natomiast relację z webinaru zorganizowanego przez Polskie Badania Czytelnictwa. Wnioski, które na nim sformułowano, są niezwykle ciekawe, a często wręcz zaskakujące. Tytuł artykułu – „Dokąd zmierza prasa?”.

Zapraszam do lektury!

Dariusz Materek
 Redaktor Naczelny

FOT. PEXELS



W NAJBLIŻSZYCH NUMERACH:

- Wszystkie nasze zwierzaki – prasa poradnikowa dla miłośników zwierząt.
- Najpiękniejszy dzień w roku – święto wszystkich dzieci to także święto prasy dla najmłodszych.
- Kultura czytania – rozwój szeroko pojętej kultury nie jest możliwy bez prasy.

PREZENT DLA PRENUMERATORÓW TECZKOWYCH „WYBORCZEJ”, KTÓRZY ZAMÓWIĄ „TECZKĘ” NA MAJ 2024

KLIENCI SKŁADAJĄ ZAMÓWIENIA **DO 23 KWIETNIA**

SPRZEDAWCO!

- oferując prenumeratę teczkową „Wyborczej”, zyskujesz stałych, codziennych klientów na cały miesiąc
- nie tracisz na prowizji z egzemplarza sprzedanego w promocyjnej cenie
- zyskujesz dodatkowe wsparcie marketingowe dla swojego punktu sprzedaży

ZALETY DLA KLIENTÓW

- bezpłatny prezent dla każdego „teczkowca”
- najkorzystniejsza cena „Wyborczej” w prenumeracie teczkowej
- gwarancja dostępności „Wyborczej”
- możliwość odbioru gazety w innym dniu niż dzień, w którym się ukazuje
- możliwość odbioru „Wolnej Soboty” już w piątek

KSIĄŻKA DLA KLIENTÓW, KTÓRZY ZAMÓWIĄ PRENUMERATĘ NA MAJ

→ „HERSTORIE. 14 kobiet, które zmieniły świat”

Historia bez „herstorii” nie jest pełna. Uzupełniamy ją i prezentujemy sylwetki 14 niezwykłych i odważnych kobiet, które zmieniły świat. Poznajcie ich fascynujące życiorysy



Już dziś zadzwoń do Biura Obsługi Klienta lub wejdź na bezpłatny portal kontrahenta (portaldlalklienta.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.



TEMAT MIESIĄCA

UKOJENIE W LEKTURZE

Dobrym remedium na zmęczenie cyfrowym światem jest powrót do tradycyjnych lektur – książek i czasopism.

s. 6-10

RYNEK PRASOWY

NAJSŁYNNIEJSZY KACZOR ŚWIATA

Kaczor Donald, jedna z ikonicznych postaci uniwersum Disneya, świętuje w tym roku 90 urodziny.



s. 18-21

RYNEK PRASOWY

WIKING Z GWIAZD

Mimo upływu blisko 50 lat, od ukazania się pierwszego odcinka przygód Thorgala, komiks cieszy się stale popularnością.



s.26-29

GWIAZDA NUMERU

LUBIŁAM LUDZIOM ZAGLĄDAĆ W OKNA

Marta Żmuda Trzebiatowska, jedna z najpopularniejszych polskich aktorek, opowiada o najnowszej serialowej roli.



s. 34-35

NASZ Kolporter

AKTUALNOŚCI

Od wydawcy	3
Ukojenie w lekturze	6
Polska i świat	12

RYNEK PRASOWY

Prasa na świecie	14
Aktualności Izby Wydawców Prasy	15
Press news	16
Najsłynniejszy kaczor świata	18
Dokąd zmierza prasa?	22
Doskonałości mody	24
Wiking z gwiazd	26
Agora wyda wspomnienia Ala Pacino	41

SPRZEDAŻ PRASY

Praca z klientem	30
Siła w salonach	31

GWIAZDA NUMERU

Lubiłam ludziom zaglądać w okna	34
---------------------------------------	----

WIADOMOŚCI HANDLOWE

Chcą handlować w niedzielę	36
Ostrożny optymizm	37

PSYCHOLOG RADZI

Zbuduj poczucie bezpieczeństwa i stabilności	38
--	----

STATYSTYKI

Najbardziej opiniotwórcze media	40
Luty w sklepach małaformatowych	42

HISTORIA PRASY

Dziennikarz, pisarz, moralista	44
--------------------------------------	----

ABC CYBERBEZPIECZEŃSTWA

Bezpiecznie w społecznościach	48
-------------------------------------	----

ROZRYWKA

Dobre do czytania	46
Quiz	50
Horoskop	51
Krzyżówka	52

Ukojenie w lekturze



Według Kantar Global Monitor 2024 tegorocznym ogólnospołecznym trendem będzie poszukiwanie produktów i usług, które pozwalają nam się uspokoić, zrelaksować, zadbać o siebie. Coraz wyraźniejsza jest również powszechna nostalgia za czasami młodości i dzieciństwa, chęć powrotu do dawno znanych wrażeń, marek, produktów. Czy w przywróceniu dawnych, pozytywnych emocji może pomóc prasa? Jak może wesprzeć coraz bardziej zagubione w cyfrowym świecie społeczeństwo?

Kantar to międzynarodowa grupa firm specjalizujących się w dziedzinie danych, wiedzy i usług doradczych. Działa w obrębie dyscyplin badań i doradztwa, a jej firmy, zatrudniające 30 tys. osób, dostarczają wiedzy i formułują strategię biznesową dla korporacji i instytucji publicznych w 100 krajach. Kantar należy do grupy kapitałowej Bain i WPP, świadczy usługi dla ponad połowy firm z listy Fortune Top 500. Global MONITOR nie jest tradycyjną usługą analityczną. To raport przygotowywany w oparciu o dane i prezentujący trendy kulturowe, społeczne i konsumenckie, a także oczekiwania i prognozy, w ujęciu globalnym i lokalnym.

Z najnowszego Kantar Global Monitor 2024 wyłania się najważniejszy trend współczesnego świata – przytłoczenie jego nieprzewidywalnością, stale poddawani stresowi poszukujemy usilnie ukojenia.

PRYWATNY RELAKS

W cenie są i będą produkty oraz usługi, które pozwalają nam się uspokoić, zrelaksować, zadbać o siebie.

W trudnych czasach lubimy sprawiać sobie drobne przyjemności. Rośnie znaczenie takich wartości życiowych jak empatia i uważność. Na codzienny stres reagujemy ucieczką, np. nostalgią za czasami dzieciństwa i bez troski. Rośnie korzystanie z urządzeń mobilnych w celu oglądania telewizji i streamów, przybywa graczy – uciekamy w kierunku łatwo dostępnej

rozrywki. Uspokojenie łączy się również z rosnącą potrzebą wspólnotowości i empatii. 67% badanych chciałoby mieć wokół siebie więcej ludzi, na których można liczyć (60% w 2018 r.). Według Kantar Global Monitor w ostatnich latach wzrosła również znacząco niechęć do podejmowania ryzyka, mimo iż wcześniej też nie była dość wysoka – w 2018 r. deklarowało

ją 58 proc. badanych, w 2023 r. – już 66 proc. Znacząco wzrosła również ochrona własnej prywatności. Ludzie częściej obawiają się, gdzie trafiają ich dane osobowe i co się z nimi dzieje – 85 proc. deklaruje, że chce zrobić więcej, aby ochronić swoją prywatność w świecie cyfrowym, a 65 proc. konsumentów globalnie straciło zaufanie do organizacji z powodu wykorzystania sztucznej inteligencji. Skoro mowa o zaufaniu. Ono również jest badane, również w ujęciu globalnym. I tu tendencje społeczne są jeszcze ciekawsze. Firma Edelman, największa na świecie niezależna agencja specjalizująca się w komunikacji marketingowej i public relations, od 23 lat prowadzi międzynarodowe badanie zaufania do głównych instytucji publicznych: rządu, biznesu, organizacji pozarządowych i mediów. Tegoroczny Edelman Trust Barometer został przeprowadzony na grupie ponad 32 tys. respondentów w 28 krajach (m.in. Francja, Niemcy, Włochy, Hiszpania, Holandia, Wielka Brytania, USA, Chiny, Japonia, RPA, Korea Płd.) w okresie od 3 do 22 listopada 2022 roku. W tym roku badanie nie objęło Rosji.

Według najnowszych wyników generalny wskaźnik zaufania Trust Index wynosi globalnie 56 punktów, co

oznacza, że nadal mamy do czynienia z brakiem ogólnego zaufania. Zgodnie z założeniami badawczymi o zaufaniu świadczy bowiem uzyskanie wyniku na poziomie minimum 60 procent. Jedyną instytucją cieszącą się zaufaniem jest obecnie biznes – 63 proc.

(wzrost o 1 pkt). Organizacje pozarządowe zyskały 1 pkt i z 59 proc. zajmują drugie miejsce na liście instytucji najbardziej godnych zaufania. Rządowi ufa zaledwie 51 proc. ankietowanych (bez zmian), mediom zaś jeszcze mniej, bo tylko 50 proc.

Niski poziom zaufania do mediów to przede wszystkim efekt fake newsów, różnego rodzaju manipulacji, przekłamań i prób celowego wprowadzania odbiorcy w błąd, co stało się, niestety, plagą głównie w mediach internetowych. Dlatego też na samym dole medialnego zaufania znalazły się media społecznościowe, z wynikiem 41 proc. Dla porównania – zaufanie do mediów tradycyjnych zadeklarowało 59 proc. ankietowanych.

W ostatnich latach ludzie zauważyli, że tradycyjna prasa nie zbiera ich danych osobowych, nie zasypuje reklamami, nie śledzi aktywności. Badania prowadzone w ostatnim okresie w Australii wykazały, że czytelnicy gazet na obszarach wiejskich są nawet 5 razy bardziej skłonni do sięgnięcia

po prasę lokalną niż do otworzenia przeglądarki. Ponadto wielu respondentów stwierdziło, że woli czytać gazetę w formie drukowanej niż online.

INTERNET W NIEŁASCE

Cyberprzestępcy i media społecznościowe są głównymi powodami, dla których użytkownicy nie ufają internetowi – wynika z badania Centre for International Governance Information in Internet Society. Aż 86 procent osób przyznało, że przynajmniej raz padło ofiarą fałszywych wiadomości. Źródłem nieprawdziwych wiadomości najczęściej był Facebook (77 proc), natomiast na drugim miejscu był X /Twitter (62 proc.). Prawie połowa ankietowanych (49 proc.) stwierdziła, że słabnący poziom zaufania sprawił, że ograniczyli informacje, które do tej pory udostępniali w sieci.

Do braku zaufania do internetowych informacji dochodzi coraz powszechniejsze zmęczenie cyfrowym światem. Jak pokazało przeprowadzone przez firmę EY badanie „Global Digital Home. Decoding the digital home”, zmęczenie cyfrowe zmusza blisko połowę (47 proc.) ankietowanych do przerw w korzystaniu z urządzeń z dostępem do internetu, a co czwarty użytkownik chciałby zmniejszyć liczbę platform streamingowych, z których korzysta. Z badania EY wynika również, że obecnie ankietowani obawiają się szkodliwego wpływu internetu na samopoczucie bardziej, niż przed pandemią.

U wielu osób, zwłaszcza młodych, coraz wyraźniej zaczęły pojawiać się symptomy uzależnienia od cyfrowego świata – m.in. zaburzenia emocjonalne, trudności w nawiązywaniu kontaktów rówieśniczych, poczucie wyobcowania, nadpobudliwość, obniżenie sprawności myślenia oraz koncentracji uwagi, obniżenie poziomu językowego zarówno w mowie, jak i piśmie, uwydatnienie się postawy egocentrycznej. W skrajnych przypadkach dochodziło nawet do transu



FOT. GETTYIMAGES



„Cała Ty!”

Kompleksowy magazyn zawierający historie i ważne porady dla kobiet w wieku 50+. Unikatowy dobór tematów i wygodna wielkość czcionek stanowią wyjątkową ofertę na rynku prasy poradniczej w Polsce. Oprócz życiowych historii „Cała Ty!” oferuje 36-stronicowy dodatek „Poradnik dojrzałej kobiety”.



„Chwila dla Ciebie”

„Chwila dla Ciebie” to tygodnik o charakterze społeczno-interywencyjnym, w którym opisane są prawdziwe historie. Można w nim znaleźć wiele reportaży pochodzących od czytelniczek – materiały te poruszają ważne problemy z życia rodzinnego bohaterki, ukazują ich rodzinne troski, radości.



„Dobry Tydzień”

Pierwszy w Polsce tygodnik dla kobiet, które cenią wartości rodzinne, patriotyczne i katolickie. Czytelniczki „Dobrego Tygodnia” interesują się życiem polskich gwiazd, szukają także tradycyjnych, praktycznych porad. W materiałach prezentowane są znane postaci szczególnie ceniące tradycyjne wartości.



„Najlepsze Historie”

Wzruszenia, emocje, uczucia. Najlepsze życiowe historie na łamach 100-stronicowego magazynu – poruszające i prawdziwe. A dla relaksu – krzyżówki panoramiczne z nagrodami. Dwumiesięcznik skierowany jest do kobiet po 40 roku życia, mieszkających głównie w małych lub średnich miastach.



„Nostalgia”

To dwumiesięcznik dla kobiet interesujących się życiem interesujących się życiem największych gwiazd miniojczy, ale także wszystkich osób ceniących nostalgiczne wspomnienia. Magazyn ujawnia mało znane fakty dotyczące bohaterów cenionych i szanowanych przez kolejne pokolenia Polaków.



„Retro”

Pismo zadebiutowało na rynku 12 listopada 2014 r. i od razu zdobyło okazałe grono czytelników. W unikatowy sposób prezentuje największe polskie i zagraniczne gwiazdy – ikony XX wieku. To nostalgiczny miesięcznik o gwiazdach kina, sceny, estrady, kabaretu, które zapadły w pamięć całych pokoleń.



„Sukcesy i Porażki”

„Sukcesy i Porażki” to dwutygodnik dla kobiet zawierający historie z życia – pisane w formie zwierzenia, w pierwszej osobie. Narratorem opowieści najczęściej jest kobieta. W każdym numerze znajdują się czternaście historii różniących się pod względem długości i tematyki. Każda kobieta znajdzie tu coś dla siebie.



„Z Życia Wzięte”

Najpopularniejszy w Polsce dwutygodnik dla kobiet, przeznaczony dla grupy wiekowej 50+. Każdy numer zawiera: 14 pełnych emocji historii, porady prawne, zdrowotne i urodowe, przepisy kulinarne, krzyżówki, także ciekawostki na temat Polski i horoskop.

dysocjacyjnego, czyli „zaburzenia stanu świadomości, depersonalizacji i utraty poczucia własnej tożsamości osobowej, zastępowanej czasem inną (...) oddzielenie części lub grupy procesów umysłowych od reszty świadomości”. Długa ekspozycja na niebieskie światło emitowane przez ekrany urządzeń prowadzi również do zaburzeń w wydzielaniu melatoniny – hormonu ułatwiającego zaśnięcie oraz regenerację organizmu podczas snu.

U dorosłych psychologowie zaczęli diagnozować tzw. stres cyfrowy. Wywołuje go natłok i przeciążenie informacyjne, którego efektem może być uczucie braku równowagi. Może też być efektem braku umiejętności radzenia sobie z nowymi technologiami.

Problem jest na tyle znaczący, że zajęły się nim rządy wielu państw, organizacje międzynarodowe, czy organy Unii Europejskiej. W rezolucji Parlamentu Europejskiego z 21 stycznia 2021 roku zawarto zalecenia w kwestii prawa do bycia offline, czytamy w niej m.in.: „Nadmierne korzystanie z urządzeń technologicznych może nasilić takie zjawiska jak

izolacja, uzależnienie od technologii, brak snu, wyczerpanie emocjonalne, niepokój i wypalenie zawodowe; (...) według WHO ponad 300 milionów osób na świecie cierpi na depresję oraz typowe zaburzenia psychiczne związane z pracą i że co roku u 38,2% proc. ludności UE stwierdza się zaburzenia psychiczne...”.

PRASA Z POZYTYWNYMI EMOCJAMI

Dobrym remedium na zmęczenie cyfrowym światem jest powrót do tradycyjnych lektur – książek i czasopism. Internet wykorzystujemy na co dzień, w wielu różnych sytuacjach i to z pewnością się nie zmieni. Ale dla własnego komfortu psychicznego nie powinniśmy rezygnować z druku. Tym bardziej że właśnie te tradycyjne wersje czasopism mogą dostarczyć nam wielu ciekawych informacji i pozytywnych emocji.

– Na pewno jest grupa osób, którym internet nie zastąpi ulubionej prasy. Magazyny papierowe są postrzegane przez czytelniczki w dojrzałym wieku jako bardziej przyjazne i – paradoksalnie łatwiej dostępne. Co prawda pismo trzeba kupić, ale

potem – póki go nie wyrzucimy – nic nam nie zginie w odmętach sieci i zawsze będzie można do tego wrócić – mówi **Joanna Kadej-Krzyżkowska**, redaktor naczelna magazynów „100 Rad” i „Poradnik 50+” (Wydawnictwo Bauer). Zwraca również uwagę na wsparcie, jakiego tradycyjna prasa udziela swoim czytelniczkom i czytelnikom w oswojeniu nowej, cyfrowej rzeczywistości. – Boimy się tego, czego nie rozumiemy. Rolą prasy, zwłaszcza tej skierowanej do dojrzałego czytelnika jest oswojenie tych wszystkich cyfrowych nowinek. Czytelnik nie musi z nich korzystać, ale nie może się ich bać – zwłaszcza że często ten strach jest jak najbardziej uzasadniony. W „100 Radach” od początku istnienia pisma mamy Temat tygodnia – rubrykę w dużej mierze poświęconą właśnie takim zagrożeniom. Opisujemy np. metody działania oszustów i naciągaczy, którzy często w swoim procederze wykorzystują cyfrowe narzędzia. A wiedza, że coś jest możliwe, że oszust może podszyć się nawet pod instytucję państwową, daje o wiele większą szansę, że zastanowimy się chwilę, zanim damy się naciągnąć, wpłacimy pieniądze czy podamy dane

– zauważa Joanna Kadej-Krzyżkowska.

– Dla nas najważniejszy jest komfort naszej czytelniczki: nie grozimy jej palcem, nie straszymy – za to podpowiadamy, jak wyjść z trudnych sytuacji, jak ułatwić sobie życie, jak znaleźć spokój, jak zadbać o siebie samą. Ufam, że czas spędzony na lekturze „Olivii”, „Świata Kobiety”, „Poradnika Domowego” czy „Kobiety i Życia” jest takim momentem, kiedy nasza czytelniczka myśli tylko o sobie i ten czas daje jej przyjemność, relaks i chwilę wytchnienia – zapewnia **Małgorzata Guss-Gasińska**, redaktor naczelna Centralnej Redakcji Czasopism Poradniczych i redaktor naczelna magazynów: „Świat Kobiety”, „Kobieta i Życie”, „Olivia”, „Poradnik Domowy”, „Mam Ogród” (Wydawnictwo Bauer). – Nasze tytuły funkcjonują na rynku od kilkudziesięciu lat („Świat Kobiety” 30 lat, „Olivia” – 25 lat) – zdarzają się przypadki, gdy odwołujemy się do przeszłości, głównie po to, by pokazać tempo zmian i różnice. Czy kiedyś było lepiej? – zapewne, bo byliśmy młodsze i chudsze, ale skupiamy się na tym, żeby pokazać, że i dziś, teraz i tu może być idealnie. Podczas

niedawnych spotkań z czytelniczkami naszych tytułów jasno wybrzmiała teza: ufamy prasie bardziej niż internetowi, bo tu mamy sprawdzone, rzetelne informacje – dodaje. – „Mnie się podobają melodie, które już raz słyszałem” stwierdził inżynier Mamoń w kultowym „Rejsie”. I coś jest na rzeczy. Nie chodzi nawet o to, że łatwiej nam oceniać coś, co dobrze znamy. Ale raczej o fakt, że mając kontakt z taką rzeczą, sytuacją czy zjawiskiem, możemy czuć się pewniej, bardziej komfortowo. Dla jednych będzie taką rolę pełniło odsłuchiwanie „po raz enty” listy ulubionych przebojów, dla innych gotowanie tych samych potraw, z tych samych przepisów czy sięganie po gazetę, która ma dość stały, powtarzalny układ kolumn. W tym ostatnim przypadku liczy się też oczywiście klimat i zaufanie do treści. Sięgając np. po „Przyjaciółkę”, mamy pewność, że możemy liczyć na relaks, praktyczne rady, ciekawostki czy artykuły, które podziałają inspirująco albo krzepiąco – przekonuje **Diana Ożarowska-Sady**, redaktor naczelna Dwutygodników Poradnikowych: „Przyjaciółka”, „Tina”, „Pani Domu” (Wydawnictwo

Bauer). – Lektura staje się wtedy przyjemnością. I trochę opozycją do skrolowania wiadomości na smartfonie. Tu nic nie znika, nie ma tytułów nastawionych na clickbaity ani treści, których autorem była jedynie sztuczna inteligencja. Ta stałość i świadomość, że po drugiej stronie jest jakiś człowiek (doświadczony redaktor i współpracujący z gazetą ekspert) to niewątpliwie mocny atut naszych tytułów. Kolejnym jest fakt, że – choć każdy z czytelników może podzielić się z redakcją swoją opinią (pisząc do nas tradycyjny list lub e-mail albo wiadomość na Messengerze), nie narażamy się na hejt. A jeśli chcemy wymienić się poglądami (i gazetami), zwykle robimy to w zaprzyjaźnionym gronie – wyjaśnia.

TA PIĘKNA NOSTALGIA

Formą psychicznej odtrutki na informacyjny chaos i nadmierną ilość bodźców, których doświadczamy na co dzień, jest swego rodzaju powrót do przeszłości, tej sprzed ery internetu. Świata prostszego i bardziej uporządkowanego. – To trend wyraźny od wielu lat, na

rynku już dawno pojawiły się czasopisma odwołujące się do minionych dekad, przypominające jak wtedy wyglądało codzienne życie. Do dziś mają one swoich wiernych czytelników. Czy poradniki mają w tej dziedzinie rolę do odegrania? W pewnym sensie zapewne tak, zresztą już to robimy, np. często pokazujemy w trendach wnętrzarskich powrót mody z lat 60., 70. czy 80. XX w. Pokazujemy meble czy przedmioty dekoracyjne z tamtego okresu i zachęcamy by zajrzeć do piwnicy, czy na strych i jeśli znajdziemy tam jakiś skarb sprzed lat odnowić go, jeśli trzeba (często można to zrobić samodzielnie) i wyeksponować w mieszkaniu – mówi **Joanna Kadej-Krzyczkowska**, redaktor naczelna magazynów „100 Rad” i „Poradnik 50+”.

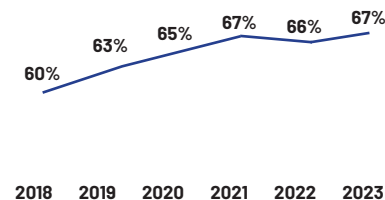
Na kanwie wspomnień i nostalgii powstały też pisma przywracające pamięci starszych czytelników piękne wspomnienia, a młodszym dostarczające unikalnej wiedzy na temat dawniejszych czasów.

– „Retro” powstało jesienią 2014 roku, kiedy tęsknota za przeszłością nie była jeszcze wśród czytelników pism Bauera tak widoczna, jak dzisiaj, ani też zdiagnozowana, choć w magazynach telewizyjnych odnotowywano żywe zainteresowanie czytelników artykułami dotyczącymi gwiazd lat 50., 60., 70 XX w. Było pierwszym tytułem na rynku odpowiadającym na tę niewypowiedzianą jeszcze wtedy potrzebę i, jak czas pokazał, okazało się strzałem w dziesiątkę. Ludzie byli głodni wspomnień, ale także informacji, do których wcześniej nie mieli dostępu. Kochali filmowe i muzyczne gwiazdy czasów swojej młodości, ale bardzo niewiele o nich wiedzieli, bo w czasach PRL prawie nikt o prywatności tych gwiazd nie pisał. Istniało i istnieje nadal ogromne zapotrzebowanie na historie, które – choć nie unikają tematów trudnych lub nawet bolesnych – opowiadane są ciepło i z sympatią dla ich bohaterów – opowiada **Małgorzata Grono**, Product Manager w Wydawnictwie Bauer. – Unikamy tropienia sensacji i skupiania się wyłącznie na niej, lubimy

POTRZEBUJEMY INNYCH LUDZI, ŻEBY DOBRZE SIĘ CZUĆ

Chciał(a)bym mieć wokół siebie więcej osób, do których mógłbym/mogłabym się zwrócić w trudnych chwilach

% łącznie na świecie



lubić osoby, o których piszemy. Dzięki „Retro” i „Nostalgii”, która zaczęła ukazywać się od stycznia 2016 roku, nasi czytelnicy mogą bezpiecznie wracać do „starych dobrych czasów”, dowiadując się jednocześnie o nich czegoś nowego – zapewnia.

Oba pisma – „Retro” i „Nostalgia” pierwotnie skierowane były do osób 55, 60+, których czasy młodości lub wiek średni przypadły na okres PRL. Szybko jednak okazało się, że czytują je także córki i wnuczki głównych czytelniczek, a nawet studenci Państwowej Wyższej Szkoły Teatralnej, którym polecają je wykładowcy, by dowiedzieli się czegoś w skondensowanej, lecz przystępnej formie o dawnych ikonach kina i teatru. Siłą obu tytułów jest bowiem nie tylko barwna opowieść, ale też masa nieznanych wcześniej czytelnikom szczegółów i anegdot. Niemal wszystkie artykuły zawierają informacje czerpane nie tylko z licznie ukazujących się obecnie na rynku biografii, ale także z niedostępnych online dawnych wycinków prasowych z teatralnych archiwów. Oczywiście, wraz z upływem czasu zmienia się także główna grupa czytelniczek. Powoli odchodzą osoby, których młodość przypadła na lata 50. i początek 60., dołączają zaś panie wspominające z nostalgią lata 80. XX w. Wraz z tym trendem rozszerza się także czasowy zakres materiałów,

EMPATIA
Umiejętność pogłębionego rozumienia uczuć i myśli innych osób

NR 13 w 2023 r.
+3 pkt, +2 miejsca od 2019 r.

zamieszczanych w pismach. O czym piszemy? O dawnych gwiazdach, pamiętnych wydarzeniach, modach, skandalach, trudnych życiowych momentach, miłościach i rozstaniach... O życiu, po prostu. Oferujemy lekturę wciągającą, a jednocześnie bezpieczną, bo upływ czasu sprawia, że nawet największe dawne skandale, tragedie czy spory budzą już tylko ciekawość, nie niosąc ze sobą bólu. „Oswajamy” jednocześnie czytelniczki z trudnymi tematami, pokazując, jak konkretni ludzie odnajdywali swoją drogę w najgorszych nawet czasach – wyjaśnia **Małgorzata Grono**, Product Manager w Wydawnictwie Bauer. – Skąd pomysł na brzmienie tytułu? Oba tytuły „Retro” i „Nostalgia” są jasnym komunikatem do czytelnika, informującym, co może znaleźć w piśmie, odsyłającym go do „dawnych, dobrych czasów”. Oba pisma oferują czytelnikom przyjemną lekturę, dostarczającą pozytywnych emocji, których próżno szukać w internecie. Nie konkurujemy z internetowymi portalami na newsy ani porady, dajemy za to przyjemność spędzenia czasu bez pośpiechu, z ciekawymi bohaterami, w komfortowych warunkach własnego fotela – dodaje.

**KINGA SZYMKIEWICZ
DARIUSZ MATEREK**

Wykorzystano Raport Kantar Global MONITOR 2024: Trendy konsumenckie na 2024, w: Nowy Marketing, 05.02.2024.

ŹRÓDŁO: KANTAR



Newsweek

- Newsweek to **lider wśród społeczno-politycznych tygodników opinii**. Dostarcza aktualne informacje oraz objaśnia zmiany zachodzące w kraju i na świecie w kategoriach: społeczeństwo, polityka, biznes, nauka, kultura, zdrowie czy ekologia.
- Cechuje się **rzetelnym i niezależnym dziennikarstwem**. Szuka odpowiedzi i pogłębia wiedzę poprzez publikacje poruszających reportaży, dogłębnych analiz, trafnych opinii i inspirujących felietonów.
- W portfolio Newsweeka znajdują się także **cykliczne tytuły prasowe o określonej tematyce**: Newsweek Psychologia, Newsweek Psychologia Dziecka, Newsweek Psychologia Nastolatka, Newsweek Historia, Newsweek Learning English czy wydania specjalne, jak Newsweek Nauka.

Zamów w oddziale Kolportera i polecaj swoim klientom.



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

Kwiecień samorządowy

Wybory samorządowe odbędą się 7 i 21 kwietnia. Wybierzemy w nich przedstawicieli do różnych organów jednostek samorządu terytorialnego: rady gminy, organu wykonawczego tj. wójta, burmistrza, prezydenta miasta, rady powiatu oraz sejmiku województwa. W wyborach samorządowych głos oddaje się wyłącznie w miejscu stałego zameldowania.

Europejskie wybory w czerwcu

Wybory do Parlamentu Europejskiego odbędą się w niedzielę 9 czerwca 2024 roku. Prezydent Andrzej Duda podpisał postanowienie w sprawie zarządzenia wyborów posłów do Parlamentu Europejskiego. Tegoroczne wybory do Parlamentu Europejskiego odbędą się w różnych państwach Unii Europejskiej w dniach 6–9 czerwca. W Rzeczypospolitej Polskiej będzie wybieranych 53 posłów do Parlamentu Europejskiego.



FOT. DOMENA PUBLICZNA

Iga wygrywa

Iga Świątek jest tą sportsmenką, która dostarcza polskim kibicom najwięcej radości. Tym razem wygrała prestiżowy turniej tenisowy WTA w Indian Wells. W finale pokonała Greczynkę Marię Sakkari 6:4, 6:0. To 19. tytuł w karierze 22-letniej tenisistki. Za triumf w Indian Wells Iga Świątek zagwarantowała sobie 1,1 mln dolarów nagrody.

5% VAT na żywność

Decyzją Ministerstwa Finansów nie została przedłużona zerowa stawka podatku VAT na niektóre produkty spożywcze. Resort uzasadnił swoją decyzję spadkiem inflacji. Od kwietnia br. stawka 5 proc. VAT obejmuje m.in. mięso i ryby oraz przetwory z nich, mleko i produkty mleczarskie, jaja, miód naturalny, orzechy, warzywa i owoce oraz ich przetwory, tłuszcze zwierzęce i roślinne jadalne, zboża i przetwory ze zbóż, w tym pieczywo.

NAKLEJKOWA KOLEKCJA! ŚWIĘTUJĄCA DZIEDZICTWO FIFA

ALBUM

SASZETKA

MULTIPACK

FIFA
© FIFA, FIFA's Official Licensed Product Logos, and the Emblems, Mascots, Posters and Trophies of the FIFA World Cup™ tournaments are copyrights and/or trademarks of FIFA.

ZAMÓW JUŻ DZIŚ!



www.panini.pl

WYŁĄCZNIE PIŁKA NOŻNA!

Top Class 2024

SASZETKA (8 KART)

MEGAZESTAW STARTOWY

SASZETKA (26 KART)

FIFA
© FIFA, FIFA's Official Licensed Product Logos, and the Emblems, Mascots, Posters and Trophies of the FIFA World Cup™ tournaments are copyrights and/or trademarks of FIFA.

Prasa na świecie



Modelka stworzona przez AI

Na okładce meksykańskiej edycji „Playboya”, po raz pierwszy w historii magazynu, znalazło się zdjęcie modelki stworzonej przez sztuczną inteligencję. 23-letnia wirtualna modelka jest blondynką o szaroniebieskich oczach, regularnych rysach twarzy i idealnym ciele. Nazywa się Samantha Everly i ma swoje konta na portalach społecznościowych.

FOT. X. SCREENSHOT



Artificial Intelligence Act

Parlament Europejski przyjął rozporządzenie w sprawie sztucznej inteligencji (Artificial Intelligence Act). Nowe regulacje pozwalają na zbudowanie środowiska prawnego, które zapewni możliwość rozwoju sztucznej inteligencji. Jednocześnie przepisy gwarantują poszanowanie praw człowieka i minimalizują zjawisko dyskryminacji. Akt nie uwzględnia kwestii związanych z ochroną praw autorskich i pokrewnych, co – zdaniem IWP – należy ocenić negatywnie.

Nowe rozporządzenie zakłada m.in. wyznaczenie Europejskiej Rady ds. Sztucznej Inteligencji oraz wyłonienie organów krajowych w poszczególnych państwach członkowskich. Ich zadaniem będzie zapewnienie skutecznego egzekwowania nowych przepisów na poziomie krajowym.

Nowe przepisy przewidują wprowadzenie kategorii zakazanych praktyk w zakresie sztucznej inteligencji. Do tych zaliczono m.in.: stosowanie rozwiązań opartych na technikach podprogowych czy takich, które dyskryminują określone grupy osób. Niedozwolone będzie także stosowanie systemów AI do tzw. oceny osób obywatelskich (social scoring). To znaczy, że nie będzie można wykorzystywać jej do śledzenia stylu życia obywateli.

IX Europejski Kongres Samorządów

W dniach 4–5 marca 2024 roku w Mikołajkach odbył się IX Europejski Kongres Samorządów, organizowany przez Instytut Wschodni. Izba Wydawców Prasy była jednym z partnerów organizacji Kongresu.

W ramach tego partnerstwa Izba, we współpracy ze Stowarzyszeniem Gazet Lokalnych, zorganizowała panel dyskusyjny pt. „Media samorządowe – składnik demokracji czy autorytaryzmu”. W dyskusji podjęto takie zagadnienia jak: Czy prasa samorządowa jest wydawana zgodnie z polskim systemem prawnym? Media i władza – kto kogo kontroluje? Do czego jest samorządowi potrzebna prasa? Prasa samorządowa jako narzędzie osłabiania prasy prywatnej. Czy zakaz posiadania mediów przez samorządy byłby ograniczaniem wolności słowa? Czy prasa samorządowa jest dostarczycielem informacji, których nie zamieszcza prasa prywatna? Czy role urzędnika i dziennikarza są do pogodzenia?

„O!Polska” Gazetą Roku

Stowarzyszenie Gazet Lokalnych ogłosiło zwycięzców w konkursie Local Press 2023. Główną nagrodę i tytuł Gazety Roku zdobyła „O!Polska”, tygodnik lokalny z Opola, który powstał na przełomie 2022 i 2023 r.

Nagrodzeni w konkursie: Tomasz Nowak, „Gazeta Radomszczańska” (kat. Publicystyka); Kamil Tysa, „Gazeta Powiatowa – Wiadomości Oławskie” (kat. Wywiad); Agnieszka Mazuś, jawnylublin.pl (kat. Reportaż prasowy); Leszek Wójtowicz, „Kronika Tygodnia” (kat. Dziennikarstwo specjalistyczne); Daniel Długosz, Marcin Rybak, „Nowa Gazeta Trzebnicka” (kat. Dziennikarstwo śledcze i interwencyjne); Damian Krzanowski, krosno24.pl (kat. Fotografia); Bartłomiej Jurecki, „Tygodnik Podhalański” (kat. Fotoreportaż); Agnieszka Kledzik, TV ASTA (kat. Wideo); „Gazeta Gryfińska” (kat. Akcja społeczna lub interwencyjna); tygodniknatemat.pl (kat. Portal lokalny); Grażyna Kaim, „Przełom” (Kategoria Specjalna European Climate Foundation).

Murdoch się żeni

Rupert Murdoch, 92-letni magnat medialny, zamierza latem bieżącego roku ożenić się po raz piąty, tym razem z 67-letnią Rosjanką Eleną Żukową. Para jest już po zaręczynach. Kilka miesięcy temu Rupert Murdoch ustąpił ze stanowiska prezesa Fox i News Corp. News Corp. to imperium medialne rodziny Murdochów, będące właścicielem setek lokalnych, krajowych firm medialnych i międzynarodowych cyfrowych serwisów informacyjnych.



Zakaz dla zagranicznych rządów

Brytyjski rząd ogłosił, że zagraniczne rządy nie będą mogły być właścicielami brytyjskich gazet i magazynów. Zakaz wprowadzono, ponieważ konsorcjum z udziałem firmy powiązanej z rodziną panującą ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich chciało przejąć konserwatywne gazety „Daily Telegraph” i „Sunday Telegraph” oraz tygodnik „The Spectator”.

UE w obronie dziennikarzy

Europarlament przyjął akt o wolności mediów, chroniący dziennikarzy przed Pegasusem i gigantami internetowymi. Na mocy przyjętych przepisów zakazane będą wszelkie formy ingerencji w decyzje redakcyjne. Władze nie będą mogły naciskać na dziennikarzy i redaktorów, aby ujawniali swoje źródła. Dziennikarzy nie będzie można w tym celu zatrzymywać, stosować wobec nich sankcji ani przeszukiwać ich biur.



press news



Superbohaterki „Wysokich Obcasów”

Do tegorocznej, 9. już edycji, konkursu „Superbohaterka Wysokich Obcasów 2023”, nominowano 14 kobiet-bohateerek, o których było głośno w 2023 roku. Decyzją kapituły plebiscytu, Superbohaterką 2023 roku została Paulina Bownik – aktywistka i lekarka z Grupy Granica, nominowana za pomoc uchodźcom na granicy polsko-białoruskiej, za przywracanie wiary w dobro. Zwycięzcy plebiscytu oprócz statuetki otrzymała także 10 tysięcy złotych oraz wyjątkową pelerynę zaprojektowaną i wykonaną przez Joannę Hawrot.

Nagroda czytelniczek i czytelników „Wysokich Obcasów” trafiła do Aleksandry Kwaśniewskiej, dziennikarki nominowanej za bezkompromisowość w życiu na własnych zasadach i obronę kobiet bezdziejnych oraz za przełamywanie tabu. Oprócz statuetki „Superbohaterki 2023”, laureatka otrzymała również czek o wartości 10 tysięcy złotych.



Auto Lider 2024

Szesnaście samochodów zostało nagrodzonych tytułem Auto Lider 2024 w plebiscywie motoryzacyjnym organizowanym przez „Motor”, najstarsze czasopismo motoryzacyjne w Polsce. Nagrodzone auta: Fiat 600e (Premiera motoryzacyjna), Fiat 500e (Auto małe/miejskie), Opel Astra (Auto kompaktowe), Skoda Super (Auto klasy średniej), Mercedes-AMG S 63 E Performance (Auto klasy wyższej/luksusowe), Dacia Sandero Stepway (Miejski crossover/SUV), Alfa Romeo Tonale (Kompaktowy crossover/SUV), Hyundai Santa Fe (Crossover/SUV klasy średniej), Jeep Grand Cherokee 4xe (Duży SUV), Ford Bronco (Auto terenowe/pick-up), Porsche 911 S/T (Auto sportowe/kabriolet), Toyota C-HR (Auto hybrydowe), Kia EV9 (Auto elektryczne), Lexus LM (Kombiwan/minivan), Renault Master (Auto dostawcze), Cupra (Marka roku).



Nagrody Newsweeka im. Teresy Torąskiej rozdane

Joanna Kuciel-Frydryszak, Agnieszka Żądło, Jacek Gądek oraz aktywiści z Inicjatywy Wschód zostali laureatami X edycji konkursu Nagroda Newsweeka im. Teresy Torąskiej. Nagrody są przyznawane w czterech kategoriach: Najlepszy materiał dziennikarski prasowy, Najlepszy materiał dziennikarski medialny, Najlepsza książka oraz Wyróżniająca się postawa obywatelska i działalność w życiu publicznym. Kapituła konkursu doceniła postawę Andrzeja Poczobuta, białoruskiego korespondenta „Gazety Wyborczej”, który za wierność dziennikarskim zasadom zapłacił własną wolnością. Przyznano mu jubileuszową nagrodę specjalną – „Postać 10-lecia”.

„Rzeczpospolita” poszerza grono felietonistów



Profesor Jarosław Kuisz, założyciel i redaktor naczelny „Kultury Liberalnej”, uznany historyk państwa i prawa, pisarz i naukowiec, autor licznych książek, m.in.: „Koniec pokoleń podległości”, „Propaganda bezprawia”, „The New Politics of Poland” oraz „Posttraumatyczne Souveränität”, dołączył do prestiżowego grona felietonistów dziennika „Rzeczpospolita”. Profesor Kuisz regularnie publikuje w „The New York Times”, „The Guardian”, „The Financial Times”, „Foreign Policy”, „Le Monde”, „TAZ”. Stałymi felietonistami „Rzeczpospolitej” są profesorowie Jan Zielonka, Marek Cichocki, Robert Gwiazdowski, Jacek Czaputowicz, a teraz także Jarosław Kuisz i Estera Flieger. W dziale ekonomicznym czytelnicy znajdą teksty felietonistów takich jak profesor Witold Orłowski oraz profesor Paweł Wojciechowski, a w sekcji prawniczej m.in. Anny Nowackiej-Isaksson, profesora Macieja Gutowskiego i Piotra Kardasa, mecenas Joanny Parafianowicz oraz adwokata Jacka Duboisa. Do grona współpracowników piszących do weekendowego wydania „Rzeczpospolita Plus Minus” należą między innymi Mariusz Cieślak, Irena Lasota, „Kataryna”, Joanna Szczepkowska oraz Tomasz P. Terlikowski.

FOT. DOMENA PUBLICZNA

IV Forum Mediów Lokalnych „Lokalsi 4.0”

Prawie 150 lokalnych wydawców i dziennikarzy spotkało się na IV Forum Mediów Lokalnych „Lokalsi 4.0”. To inicjatywa, której celem jest wsparcie mediów lokalnych, pomoc w zdobywaniu wiedzy na temat nowych technologii i wykorzystaniu ich w rozwoju lokalnych i subregionalnych portali internetowych. W tegorocznej edycji wydarzenia debatowano głównie o dynamicznym rozwoju AI i możliwościach jej wykorzystania w codziennej pracy mediów lokalnych, a także prawnych aspektów korzystania z niej. W panelu dyskusyjnym poglądy zderzyli entuzjaści i sceptycy wykorzystania sztucznej inteligencji w mediach. Forum to nie tylko prezentacje i panele dyskusyjne, ale także przestrzeń wymiany doświadczeń i nawiązywania kontaktów. Temu służy również Klaster Nowych Mediów skupiający przedstawicieli mediów lokalnych.



„Silna jak dziewczynka” – akcja społeczna „Wysokich Obcasów”

Redakcja „Wysokich Obcasów” zainicjowała akcję społeczną – „Silna jak dziewczynka”, która ma na celu wzmocnienie wiary i pewności siebie dziewczynki zarówno w codziennym życiu, jak i w dążeniach do osiągnięcia swoich celów i marzeń. W ramach akcji przez najbliższe miesiące na łamach „Wysokich Obcasów” i w serwisie Wysokieobcasy.pl, redakcja wraz z ekspertkami i ekspertami będzie pisać i mówić o tym, czego potrzebują dziewczynki. Kampania potrwa do czerwca i obejmie eksperckie artykuły, podcasty o tym, co zrobić, by dziewczynki rozwijały talenty, nabywały kompetencje cyfrowe i nie bały się wkraczać w obszary stereotypowo uznane za męskie, a także debatę na temat budowania u dziewczynki pewności siebie i wsparcia ich na każdym etapie edukacji. Akcji towarzyszyć będzie również konkurs z nagrodami dla czytelniczek, które odpowiedzą na pytanie „Jaką byłam dziewczynką, jaką jestem kobietą”.



Gremi Media z dekalogiem stosowania AI

Gremi Media, wydawca „Rzeczpospolitej” i „Parkietu”, wprowadził w redakcjach dekalog stosowania sztucznej inteligencji (AI). Ma on na celu promowanie etycznego i świadomego wykorzystania narzędzi AI przez dziennikarzy oraz uregulowanie kwestii związanych z bezpieczeństwem i prywatnością. Dostarczony dziennikarzom dekalog stanowi fundament postępowania redakcyjnego w sytuacji wykorzystania sztucznej inteligencji. Każdy z dziesięciu punktów podkreśla kluczowe zasady, którymi kierują się redakcje „Rzeczpospolitej” i „Parkietu” w implementacji i stosowaniu AI w procesie redakcyjnym. Dokument podkreśla, że AI jest wsparciem dziennikarza, a nie jego zastępstwem, wymagając jednocześnie świadomego podejścia do korzyści i ryzyka związanego z technologią. Obejmuje także odpowiedzialność za stosowanie AI zgodnie z prawem, przeciwdziałanie dezinformacji, zachowanie zasad etycznych i neutralności, weryfikację generowanych treści oraz ochronę prywatności i własności intelektualnej.

REKLAMA



Gość Extra

Cena: 14,00 zł
Wydawca: Instytut Gość Media

Kwartalnik, który został wprowadzony na rynek prasy w 2021 roku i spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem przez czytelników. Każde wydanie poświęcone jest popularnemu świętemu Kościoła Katolickiego lub też tematyce najważniejszych wydarzeń związanych z Kościołem. Do tej pory ukazało się osiem wydań, m.in. o św. Józefie, św. Kard. Wyszyńskim i o Ojcu Pio. Przeciętny nakład wynosi 55 tys. egz., a sprzedaż waha się na poziomie ok. 35 tys. egz.

Najstynniejsi kaczor świata

Błękitna marynarska bluza z kołnierzem, czapka w takim samym kolorze, czerwona mucha i płaski kaczki dziób – te atrybuty znają miliony ludzi na całym świecie, niezależnie od wieku. Kaczor Donald, jedna z ikonicznych postaci uniwersum Disneya, świętuje w tym roku 90 urodziny. A komiksy z Donaldem, Sknerusem McKwaczem, Hyziem, Dziem i Zyziem oraz innymi mieszkańcami Kaczogrodu cieszą się od dziesięcioleci ogromną popularnością na wszystkich kontynentach.

Kto stworzył Kaczora Donalda? Odpowiedź na to pytanie – wbrew pozorom – nie jest prosta. Oczywiście samą postać wymyślił i wykreował geniusz animacji Walt Disney. Po wielkim sukcesie Myszki Miki, która pod względem cech charakteru była ideałem do naśladowania, chciał wzbogacić jej przygody poprzez stworzenie postaci biegunowo różnej, z negatywnymi cechami. Tak powstał kaczor, który swoje imię zapożyczył od legendarnego krykicisty Donalda Bradmana.

Postać Kaczora Donalda po raz pierwszy pojawiła się w książce o przygodach Myszki Miki z 1931 roku. Jako jego debiut uważa się jednak wystąpienie w animacji „The Wise Little Hen” („Mądra Mała Kurka”) z 9 czerwca 1934 roku. Pierwszymi animatorami Donalda byli Dick Huemer i Art Babbitt, ale postać najbardziej rozwinął Dick Lundy. Od 1937 roku Kaczor Donald zaczął pojawiać się w filmach jako główna postać, a pierwszy z nich nosi tytuł „Don Donald”. W nim też pojawiają się jego siostrzeńcy. W 1942 roku produkcja z Donaldem pt. „Der Fuehrer’s Face” zdobyła Oscara w kategorii krótkometrażowego filmu animowanego. Łącznie uznaje się, że Kaczor Donald była głównym bohaterem aż 176 filmów. Sama postać niewiele się zmieniła na przestrzeni lat – od zawsze nosi marynarską koszulę oraz czapkę, ma cały czas tę samą kolorystykę. W pierwszych



FOT. KATARZYNA RYGCZEK

rysunkach jego stopy oraz dziób były większe, a sam wygląd bardziej zbliżony do rzeczywistej kaczki. Swoje drugie – równie barwne i ciekawe życie – Kaczor Donald rozpoczął w 1942 roku. To wtedy zaczęły się ukazywać komiksy, które do dziś cieszą miliony młodych czytelników na całym świecie. Są ważną częścią szeroko pojętej prasy dziecięcej, a ich niesłabnąca popularność jest swego rodzaju fenomenem.

SKNERUS BIERZE WSZYSTKO

Za sukcesem komiksowej wersji Kaczora Donalda stoi grupa wybitnych amerykańskich rysowników i scenarzystów – m.in. Don Rosa, Romano Scarpa, VicarMarco Rota, William Van Horn, Giorgio Cavazzano, Daan Jippes, Fecchi. Jednak największy wkład w stworzenie absolutnie kultowej postaci miał Carl Barks. W 1942 roku Western Publishing



Walter Elias Disney (ur. 5 grudnia 1901 w Chicago, zm. 15 grudnia 1966 w Los Angeles) – amerykański animator, aktor głosowy, producent filmowy, przedsiębiorca, wizjoner i filantrop. Jeden z największych twórców przemysłu rozrywkowego w historii, legenda animacji i filmu. Zdobył rekordową liczbę 59 nominacji do Oscarów, z czego zdobył również rekordową liczbę 26 statuetek, siedmiokrotny zdobywca Nagrody Emmy. Wraz z bratem, Royem Oliverem Disneyem, założyli wspólnie przedsiębiorstwo Walt Disney Productions, znaną obecnie pod nazwą The Walt Disney Company, drugą co do wielkości korporację mediową świata. Jest twórcą takich postaci jak Myszka Miki (pod którą Disney początkowo sam podkładał głos), pies Pluto czy Kaczor Donald.

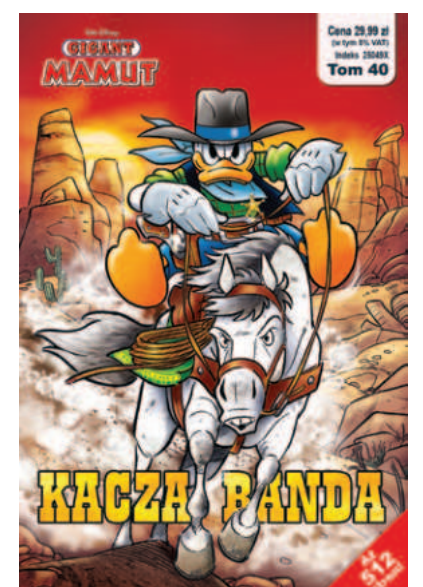
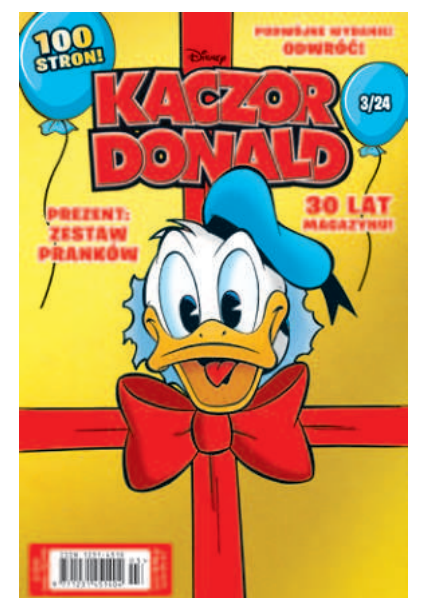
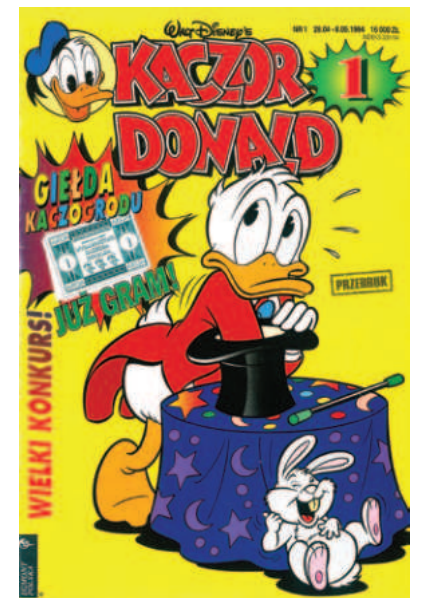
rozpoczęło tworzenie oryginalnych komiksów z udziałem słynnego kaczora i innych bohaterów Disneya. Nad najwcześniejszym z nich – „Donald Duck finds Pirate Gold”, pracował Bob Karp. Jednak bardzo szybko głównym scenarzystą i rysownikiem został Carl Barks. To jemu właśnie zawdzięczamy powstanie Kaczogrodu i szeregu postaci z „kaczego” świata: Sknerusa McKwacza, Gogusia, Braci Be, Diodaka, Kizię, Mizię i Fizię, Granita Forsanta, Magikę de Czar. W 1952 roku Barks skoncentrował się na tworzeniu komiksów o Sknerusie, a Donald zszedł na drugi plan. Carl Barks stworzył ok. 1500 prac z udziałem swoich „kaczyc” bohaterów, wyznaczył obowiązujący przez wiele lat kanon tworzenia rysunków. Jego postacie były dopracowane, posiadały ludzką sylwetkę. Przykładał bardzo dużą wagę do prawidłowego oddania ruchu postaci. Jego bohaterowie – podobnie jak ludzie w rzeczywistości – idąc nigdy nie wysuwają jednocześnie tej samej pary kończyn (zawsze w przodzie znajdują się jednocześnie prawa noga oraz lewa ręka lub odwrotnie).

Stworzona przez Barksa postać Sknerusa McKwacza jest jego komiksowym alter ego. Nic więc dziwnego, że twórca darzył ją szczególnymi uczuciami. W krótkim czasie to właśnie Sknerus oraz trójka siostrzeńców Donalda stali się postaciami wiodącymi w kolejnych odcinkach komiksów. Twórczość Carla Barksa jest doskonale znana miłośnikom Kaczora Donalda w Polsce. Jego komiksy po raz pierwszy pojawiły się na naszym rynku na początku lat 90. ubiegłego stulecia, wraz z pojawieniem się w sprzedaży

wydawanych przez Story House Egmont czasopism „Mickey Mouse” (1990), „Donald Duck” (1991). Prawdziwy rozkwit zainteresowania „kaczycami” komiksami (w dużej części autorstwa Barksa) nastąpił w roku 1994, wraz z przemianowaniem „Mickey Mouse” na dwutygodnik (od 1997 tygodnik) „Kaczor Donald”. Pismo, na którego łamach drukowano wiele z najpopularniejszych dziesięciostroniowych dzieł autora, zwykle w roli „komiksu numeru”, rozchodziło się w tym okresie w nakładzie ok. 200 000 egzemplarzy. W 1994 roku Carl Barks, odbywający z okazji sześćdziesiątych urodzin Kaczora Donalda podróż promocyjną po Europie, przyjechał do Polski, odwiedził wtedy m.in. warszawską redakcję „Kaczora Donalda”.

KACZOREK ZADZIOREK I HIPOLIT WARKOT

W Polsce „kaczoronaldowe” szaleństwo rozpoczęło się w latach 90. XX wieku, ale nie był to debiut disneyowskich postaci na naszym rynku. Przed wojną, od 18 grudnia 1938 do 14 maja 1939 roku ukazywał się tygodnik komiksowy pt. „Gazetka Miki”. Każdy numer liczył 8 stron i kosztował 40 groszy. W magazynie ukazywały się takie serie komiksowe jak: „O Królownie Śnieżce i siedmiu krasnoludkach”, „Jak Miki pokonał olbrzyma”, „O słoniu Tomku”, „Przygody Jacusia”, „Sierżant King”. Ponadto publikowano paski komiksowe z Kaczorem Donaldem, Myszka Miki, Goofym, Popeye’em, Trzema Małymi Świnkami i Wilkiem Bardzołym. Nie-



które postacie disnejowskie miały inne od obecnie obowiązujących tłumaczenia imion np. Kaczor Donald – Kaczorek Zadziorek, Myszka Minnie – Mysia, Goofy – Hipolit Warkot.

Gazetka ukazywała się nakładem oficyny księgarskiej J. Przeworski. Marek Przeworski, stołeczny księgarz i wydawca, powziął decyzję o publikowaniu tygodnika poświęconego komiksom z bohaterami filmów animowanych Walta Disneya w porozumieniu z jego firmą.

W połowie kolorowa „Gazetka Miki” była redagowana przez Wandę Wasilewską i Janinę Broniewską, komunizujące literatki, zwolnione kilka miesięcy wcześniej z pracy w Wydziale Wydawniczym Związku Nauczycielstwa Polskiego. Dołączył do nich rysownik Jan Marcin Szancer, również bezrobotny, uprzednio współpracujący z wydawnictwami ZNP. Jak pisze Adam Rusek w swoim artykule „Od „Grzesia” do „Gazetki Miki”: dzieje czasopism obrazkowych dla młodzieży w II Rzeczypospolitej”. „Większość współpracowników nowego tygodnika (m.in. Wanda Grodzieńska, Halina Koszutska, Wiktor Grosz, Romuald Gadoski, Władysław Broniewski) należała do grona znanych tej trójki. Z reguły byli to także komunistyczni działacze polityczni; z tego właśnie powodu, by nie dopuścić do likwidacji gazetki przez władze, nie ujawniano ich nazwisk, lub, jak zresztą dwie główne redaktorki, kryli się oni pod pseudonimami. W stopce periodyku jako redaktorkę podawano Aleksandrę Bończa-Waśniewską, szwagierkę Broniewskiej”. W piśmie publikowano opowiadania oraz wiersze m.in. Zofii Kossak, Janusza Meissnera, Gustawa Morcinka, Jana Brzechwy, Juliana Tuwima, Zygmunta Nowakowskiego, nie zabrakło również łamigłówek, szarad i krzyżówek.

Czytelnikami „Gazetki Miki” były najczęściej dzieci w wieku 6-12 lat. Pismo miało jednak, jak na ówczesne czasy, dość wysoką cenę, a jego treść nie do końca była dopasowana do gustów odbiorców. Po 22 numerach zostało zlikwidowane, ale wydane numery były jeszcze przez długi czas w obiegu czytelnictwa. We wrześniu 1939



FOT. GETTYIMAGES

roku słynny amerykański fotograf Julien Bryan wykonał jedno ze swoich najbardziej znanych zdjęć – dwóch chłopców, czytających „Gazetkę Miki” na ruinach Warszawy.

POLACY KOCHAJĄ DONALDA

Na powrót Myski Miki, a przede wszystkim Kaczora Donalda Polacy musieli poczekać aż ponad 50 lat. W październiku 1990 r., nakładem wydawnictwa Egmont American Ltd. (obecnie Story House Egmont), ukazał się pierwszy numer miesięcznika „Mickey Mouse”. Pismo ukazywało się przez cztery lata, w sumie wyszło 59 numerów. W 1994 r. zmieniło tytuł na „Kaczor Donald”. – Pierwszy numer „Kaczora Donalda” ukazał się 28 kwietnia 1994 roku, jako

dwutygodnik. Powstał on na bazie czasopisma „Mickey Mouse”, który z okazji 60-lecia postaci Kaczora Donalda zmienił swoją nazwę. Pierwszym i najdłużej opiekującym się redaktorem był Tomasz Kołodziejczak. Do numerów dołączane były głównie: kartonowe gry (w pierwszych numerach była to „Giełda Kaczogrodu”), plakaty (np. „Drzewo genealogiczne Kaczora Donalda” autorstwa Dona Rosy), naklejki, tatuaże i dodatkowe książeczki z łamigłówkami. W czerwcu 1997 roku magazyn stał się tygodnikiem, a od 1999 roku plakaty, tekturowe gry i książeczki z kawałkami zostały zamienione na zabawki, takie jak „lepkie rączki” oraz gadzety detektywów i podróżników (latarka, tusz do odcisków palców, szyfrator, mała lornetka, kompas z lusterkiem itp.). Historycznie zmieniały

się także strony edytorialowe i budowa pisma, np. „Zgadywanki i zagadki” zostały zmienione na „Łamacz głowy”, zniknęła krzyżówka i komiks „Zawsze śmieszne”. W 2004 r. zmieniono logo „Kaczora Donalda”. Magazyn „Kaczor Donald” niezmiennie od 30 lat cieszy się popularnością wśród dzieci i starszych Kaczkofanów – przypomina **Anna Milak** - Publishing Group Manager, Polish Magazines w Wydawnictwie Story House Egmont. – Magazyn „Kaczor Donald” na pewno stworzył mocny fundament dla prasy dziecięcej i spopularyzował ją, dzięki swojej dostępności, atrakcyjnym treściom i budowaniu czytelnictwa prasowego wśród dzieci i młodzieży – dodaje.

„Kaczor Donald” to tytuł kultowy praktycznie dla wszystkich, którzy dorastali w latach 90. XX w. Dołączane do każdego numeru gadzety zachwycały młodych czytelników, a samo pismo było pierwszym magazynem komiksowym dla dzieci w powojennej Polsce. Swoją stylistyką, przypominającą amerykańskie komiksy, wyróżniał się na rynku. Nic więc dziwnego, że osiągnęło ogromny sukces.

Co istotne pismo od początku stało na bardzo wysokim poziomie edytorskim i językowym. Komiksy tłumaczone były przez Mariusza Arno Jaworowskiego i Antoniego Marianowicza. Konsultantem językowym przez wiele lat był natomiast profesor Jerzy Bralczyk. Redakcja dbała o to, aby przy okazji zabawy i czytania komiksów młody czytelnik przyswajał sobie również odpowiednie wzorce językowe.

– „Kaczor Donald” był być może pierwszym polskim czasopismem dla dzieci, który miał reklamy w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych. Z tej okazji wymyślono nawet nośne hasło: „najzabawniejsze pismo świata” Przejście z dwutygodnika na tygodnik również zakomunikowaliśmy w telewizji. A największy nakład sprzedaliśmy w 1999 roku – jeden z „Kaczorów” rozeszedł się w 289 tysiącach sztuk – wspominał po latach w wywiadzie dla portalu „Noizz” Tomasz Kołodziejczak, przez lata redaktor naczelny „Kaczora Donalda”. Świętujący w tym miesiącu 30-lecie obecności na polskim rynku „Kaczor Donald” przyciąga kolejne pokolenia

czytelników. Dziś dodatkowo towarzyszą mu kolejne pisma i serie wydawnicze z komiksami z Kaczogrodu – „Gigant Poleca”, „Gigant Poleca Extra”, „Gigant Poleca Special”, „Megagiga” i „Mamut”. Wszystkie wydawane są przez Story House Egmont.

GIGANTYCZNA ZABAWA

Wszystkie komiksy z Sknerusem, Donaldem i jego siostrzeńcami skierowane są do czytelników powyżej 7 roku życia. Górnej granicy wiekowej nie ma, bo wśród fanów Kaczogrodu nie brakuje osób powyżej 30 czy 40. lat. Dużą popularnością cieszą się praktycznie wszystkie nowe serie.

O tym, czym różnią się między sobą i na czym polega ich specyfika, **Anna Milak** z Wydawnictwa Story House Egmont.

„Gigant Poleca”

– To kultowa już seria komiksów zawierająca prześmieszne historyjki z życia Kaczora Donalda, Sknerusa McKwacza, Myski Miki i innych mieszkańców Kaczogrodu i Myszogrodu. Wydawana w postaci tomów. Komiks jest bezpośrednią kontynuacją wydawanej wcześniej serii „Komiks Gigant”. Po zebraniu całego rocznika z grzbietów komiksów tworzy się obrazek. W tomach prezentowane są prace europejskich, zwłaszcza włoskich, rysowników. Są wśród nich między innymi: Massimo Vecchi, Enrico Faccini, Flemming Andersen, Giorgio Cavazzano, Mårðon Smet, Miguel Fernandez Martinez, Paolo De Lorenzi, Francesco D'Ippolito, Guido Scala, Lara Molinari, Valerio Held, Roberto Vian, Romano Scarpa czy José Antonio González. Historyjki publikowane w serii „Gigant Poleca” to zawsze nowy, wcześniej niepublikowany komiksowy materiał.

„Gigant Poleca Extra”

– Seria „Gigant Poleca Extra” to młodsze rodzeństwo „Giganta Poleca”. Ukazuje się na polskim rynku od 2021 roku. Seria „Extra” powstała, abyśmy mogli przedstawić jeszcze więcej historii z Kaczogrodu – z serii „Agenci i Detektywi”, „Galaxy”, wydania jubileuszowe oraz sezonowe. Do opracowania planów tej serii sięgamy w zakamarki Kaczogrodu, które wcześniej nie ujrzały światła dziennego w tym formacie, na polskim rynku. Skierowana jest głównie do najmłodszych

czytelników, ale żaden fan humoru i opowieści z Kaczogrodu nie będzie zawiedziony. W 2024 r. na ponad 300 stronach czytelnik zgłębi kryminalne zagadki, uda się w podróż w przyszłość, razem z Donaldem poświętuje jego 90 rocznicę pojawienia się na ekranie oraz zgłębi tajniki przetrwania niczym młody kaczka skaut. W serii „Extra” w 2024 r. ukaże się 7 tomów.

„Gigant Poleca Special”

– Seria wyodrębniona z serii „Extra” w 2024 r. jako uzupełnienie Kaczogrodzkiego uniwersum o wydania sezonowe, gdzie każdy czytelnik znajdzie niezbędną dawkę humoru w szczególnych okolicznościach i przy wyjątkowych celebracjach. W okresie Wielkanocy, w trakcie wakacyjnych podróży, przy okazji halloweenowego osławiania się ze strachami tego świata, czy też pakiet bożonarodzeniowych historyjek spakowanych w świąteczny tom „Giganta” niczym najpiękniejszy prezent.

„Megagia”

– Megagruby i gigazabawny komiks dla młodszych i nieco starszych wielbicieli Kaczora Donalda, Myski Miki oraz innych disneyowskich postaci. Wydawany od 2006 roku. Trzy wydania w roku i aż 512 pełnych humoru i przygód stron, zebranych tematycznie.

„Mamut”

– Wielkie komiksowe przeboje! Niepublikowane dotąd komiksy z ulubionymi disnejowskimi bohaterami w rolach głównych na 512 stronach komiksu! „Gigant Mamut” to gratka dla fanów uniwersum Disneya i wielbicieli komiksów w każdym wieku! Wprowadzony po raz pierwszy na rynek w 2009 roku jako uzupełnienie serii „Gigant Poleca”. – Kaczor Donald to postać absolutnie kultowa i uniwersalna z perspektywy popkultury. Jest śmieszny, pozytywny, a jego przygody zawsze dobrze się kończą. To postać uwielbianą przez dzieci i dorosłych – podsumowuje Anna Milak.

KINGA SZYMKIEWICZ
DARIUSZ MATEREK

W artykule wykorzystano informacje z następujących źródeł: Bartek Przybyszewski, Babcie na skraju zawału i śmierdząca afera. 1000 numer Kaczora Donalda budzi wspomnienia, w: Noizz; Adam Rusek, Od „Grzesia” do „Gazetki Miki”: dzieje czasopism obrazkowych dla młodzieży w II Rzeczypospolitej, w: Rocznik Historii Prasy Polskiej, 2 (24) 2009, wikipedia.org.

Dokąd zmierza prasa?

Jakie segmenty prasy pozostają w formie drukowanej, a jakie cyfryzują się i dlaczego? Co wpływa na poziom cyfryzacji poszczególnych segmentów prasy? Jakie są oczekiwania i zwyczaje czytelników prasy drukowanej, a jakie cyfrowej? Jaka jest unikalna rola prasy w media planie? Odpowiedzi na te, ale także szereg innych pytań próbowali znaleźć eksperci rynku prasowego, biorący udział w webinarze „Prasa drukowana i cyfrowa 2023/2024”, zorganizowanym przez Polskie Badania Czytelnictwa.

W spotkaniu wzięli udział: Renata Krzewska, prezes PBC, Izabela Sarnicka, dyrektor biura reklamy Wydawnictwo Bauer, Anna Dygasiewicz-Piwko, Head of Press Monetization Hub Ringer Axel Springer Polska, Paweł Kossek, dyrektor centralnego biura reklamy Polska Press, Hubert Biskupski, z-ca redaktora naczelnego „Super Express”, Time, Grupa ZPR i Marta Gądek, dyrektorka sprzedaży i rozwoju cyfrowego Grupa Wyborcza, Agora. Na spotkaniu zostały zaprezentowane nowe i istotne zmiany w sposobie dystrybucji prasy drukowanej oraz prasy cyfrowej, ale także zmiany, jakim podlega sama prasa i perspektywy dla tego medium. Jak się okazuje – niezwykle ważnego w całym systemie medialno-informacyjnym. Aktualnie 8 na 10 osób w Polsce w wieku 15-75 lat czyta prasę drukowaną lub cyfrową. A jak zmienia się rynek prasowy?

DYSTRYBUCJA

Przede wszystkim zmienia się struktura dystrybucji prasy. Mniejszy jest udział kiosków, większy udział sprzedaży na stacjach benzynowych oraz w centrach handlowych. Rozwija się również sprzedaż wydań drukowanych w sieciach spożywczych. Eksperci zwrócili uwagę na ten fakt, uznając, że jest to ważna szansa dla prasy drukowanej. W dziennikach, tygodnikach opinii



i wybranych segmentach tematycznych magazynów prasa drukowana jest rozwijana jednocześnie z prasą cyfrową. W segmentach magazynów kobiecych, magazynów telewizyjnych, dla dzieci czy większości branżowych to ciągle druk stanowi podstawową formę dostępu do treści. Dzienniki, dzięki skutecznemu wyko-

rzystaniu szansy, jaką daje jakościowe dziennikarstwo prasowe połączone z szybkością dostarczania informacji, zwiększyły wielokrotnie swoje dotarcie, dobudowując do form drukowanych znaczący zasięg w formach cyfrowych. Tygodniki opinii konsekwentnie od początku udostępniają swoje treści

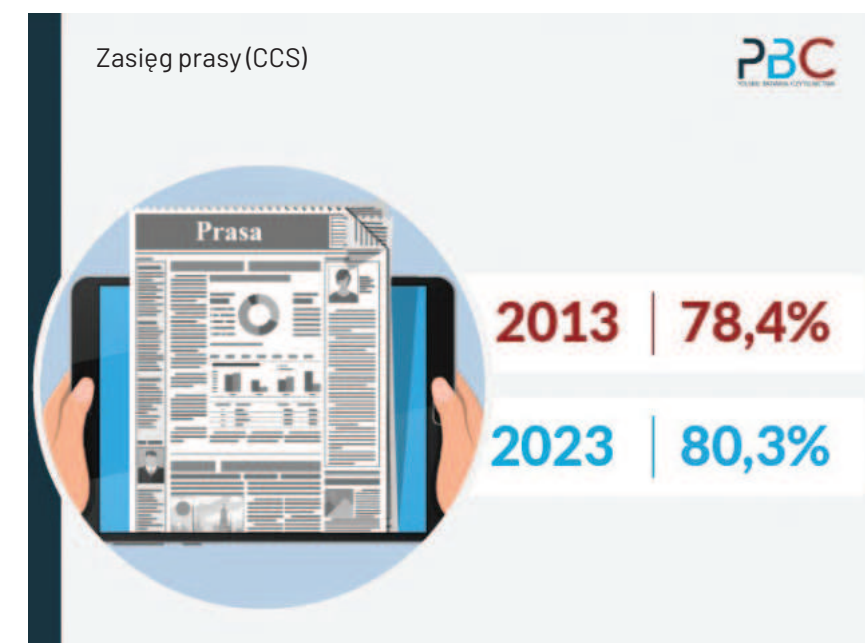
przede wszystkim w płatnych formach drukowanych i cyfrowych. Ich zasięgi są równomiernie rozłożone pomiędzy formy drukowane a cyfrowe; formy drukowane stanowią średnio 51% udziału w zasięgu w tych tytułach. W magazynach natomiast cyfryzują się niewielki procent tytułów, dla większości to forma drukowana jest podstawową formą dystrybucji treści. Około 31% tytułów dostępnych w Polsce ukazuje się tylko w druku. W strukturze rozpowszechniania nad dziennikami (40%) dominują magazyny (60%).

CZYTELNICZY

W ostatnim okresie w wyraźny sposób rośnie zaufanie do prasy, która ma sprawdzone procedury redakcyjne i wysoką jakość dziennikarstwa. W Europie o 4 punkty procentowe w ciągu 5 lat wzrosło zaufanie do prasy, spadło do innych mediów. Prasa wpływa na poglądy i wybory. Według Instytutu Monitorowania Mediów prasa to najbardziej opiniotwórcze medium w Polsce. Czytelnicy gazet i czasopism nie tylko płacą za dostęp do ulubionych treści, ale także kupują więcej. Są to osoby nawet o ponad 70% wyższych zwyczajach zakupowych niż średnia dla populacji w wybranych kategoriach produktów.

Czytelnicy dzielą się zakupionym egzemplarzem w domu, z przyjaciółmi, w pracy czy miejscach publicznych (np. poczekalniach czy kawiarniach). Dlatego jedno wydanie zakupionego tytułu prasowego czyta średnio 3,7 osoby. Prasa dociera do osób w każdym wieku. Struktura czytelników w wieku 25-54 lata w prasie drukowanej i cyfrowej jest podobna do populacji. Większy jest udział niż w populacji czytelników w wieku 55+ w prasie drukowanej. Z kolei dla 60,4% kobiet w wieku 40 lat i więcej to prasa drukowana, a nie internet stanowi podstawowe źródło informacji.

Prasa wysoko angażuje uwagę czytelnika. O 37% wzrósł czas czytania prasy w ostatnich 5 latach. Prasa ma wyróżniające się wskaźniki w porównaniu do innych mediów: 91% zauważalności



reklam, 88% koncentracji uwagi przy czytaniu oraz 11 kontaktów z reklamą jednego czytelnika w jednym egzemplarzu prasy. Dla 74% czytelników reklamy stanowią użyteczne źródło informacji. Według Instytutu Monitorowania Mediów prasa to najbardziej opiniotwórcze medium w Polsce. Prasa wyprzedza telewizję, radio i portale internetowe. Czytelnicy prasy są osobami, którym zależy na zmianie jakości życia. Według badań PBC 69% czytelników interesuje się ważnymi problemami społecznymi, a 88% jest otwartych na opinie i poglądy innych osób. Ze względu na zainteresowania czytelników i wiodącą rolę prasy w zmianie opinii i postaw Polaków często organizowane są w prasie drukowanej i cyfrowej bardzo efektywne i skuteczne akcje społeczne.

WYDAWCY

Polskie Badania Czytelnictwa zajmują się tytułami prasowymi 54 wydawców. Według danych PBC Największym wydawcą prasy drukowanej w Polsce jest Wydawnictwo Bauer z udziałem 41,7% w liczbie rozpowszechnionych egzemplarzy prasy drukowanej. Jest to wydawca wielu magazynów (m.in.: „Tele Tydzień”, „Twój Styl”, „Chwila dla Ciebie”, „Pani Domu”, „Przyjaciółka”, „Tina”,

„Olivia”, „Kobieta i Życie”). Oprócz prasy drukowanej wydawca ma również w swoim portfolio jakościowe witryny internetowe. Kolejne miejsca w rankingu zajmują Ringier Axel Springer (13,6%, wydawca dziennika „Fakt”, „Przeglądu Sportowego”, „Newsweeka” i magazynu „Forbes”), Polska Press (12,0%, wydawca dzienników regionalnych), Time (6,8%, wydawca dziennika „Super Express” oraz „Muratora”), Agora (3,9%, wydawca „Gazety Wyborczej”, „Wysokich Obcasów” oraz „Wysokich Obcasów Extra”), Gremi Media (3,7%, wydawca dzienników „Rzeczpospolita” i „Parkiet”). Grupy Ringier Axel Springer, Agora, Polska Press, Time i Burda Media to również jedni z największych wydawców internetowych w Polsce (w TOP 20 wg PBI). Tytuły kolejnych Wydawców (48 firm) stanowią 18,4% rozpowszechniania prasy. W tej grupie są tytuły o unikalnych grupach celowych, docierające do czytelników o konkretnych preferencjach politycznych lub zainteresowaniach. W tej grupie znaleźli się m.in.: Blue Ocean Entertainment Polska, Wydawnictwo Podatkowe Gofin, Polskie Wydawnictwo Rolnicze, Burda Media Polska, Oficyna Wydawnicza Press-Media, Bonnier Business, Instytut Gość Media, Polityka, Infor, Wydawnictwo Westa Druk.

OPRAC. DARIUSZ MATEREK

Doskonałości mody

Magazyn „Twój Styl” po raz 25. wręczył nagrody w konkursie Doskonałości Mody. Uroczystość odbyła się 11 marca 2024 roku w UFFICIO PRIMO w Warszawie.

Jubileusz 25-lecia był pełen niespodzianek. Uroczystość zainauguował performance marki MMC i gwiazd okładowych „Twojego Stylu” Mai Ostaszewskiej, Katarzyny Zielińskiej, Agnieszki Grochowskiej, Katarzyny Herman oraz Danuty Stenki. Całość została wyreżyserowana przez Kasię Sokołowską. Wieczór uświetnił także kameralny recital Natalii Kukulskiej. Fragmenty uroczystości, wywiady z gwiazdami i laureatami relacjonowała na Instagramie Ada Fijał. Laureatów wybrało jury w składzie: Katarzyna Sokołowska – reżyser i choreograf pokazów mody, Anna Kuczyńska – projektantka mody, dr. Janusz Noniewicz – przedstawiciel katedry mody ASP, Mela Koteluk – wokalistka, Harel – blogerka modowa, Natalia Szroeder – wokalistka, Joanna Nojszewska – za-ca red. naczelnego „Twojego Stylu”, Karolina Tomaszewicz – redaktorka działu mody „Twojego Stylu”, Katarzyna Pluta – dyrektor artystyczna „Twojego Stylu”, Maria Szaj – redaktorka działu mody i stylizacji „Twojego Stylu”.



FOT. ARCHIWUM TWOJEGO STYLU

TYTUŁEM DOSKONAŁOŚCI MODY 2023 W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH UHONOROWANO:

- **Moda i sztuka** – Solar, kolekcja Solar x Starowieyski.
- **Kolekcja kapsułowa** – Vistula, kolekcja Vistula Studio.
- **Kampania kreatywna** – Coccinelle, #MyOwnStory.
- **Biżuteria luksusowa** – Apart, kolekcja High Jewellery.
- **Zagraniczna marka popularna** – Levi's, 150. urodziny modelu džinsów 501.
- **Duet kreatywny** – Paradyż x Orska, kolekcja Monumental.
- **Kolekcja wizytowa** – Deni Cler.
- **Biżuteria premium** – YES, kolekcja YES x Ossoliński.
- **Inkluzywność w modzie** – Gerry Weber, kampania So Gerry.
- **Kolekcja wieczorowa** – Elisabetta Franchi, jesień-zima 2023/24.
- **Biżuteria kreatywna** – TOUS, kolekcja TOUS Manifesto.
- **Bielizna premium** – Intimissimi, kolekcja Intimissimi x Jennifer Lopez.
- **Buty premium** – Gino Rossi, kolekcja kapsułowa Day to Night.
- **Kolekcja ambasadorska** – W.Kruk x Martyna Wojciechowska, kolekcja Freedom.

- **Zagraniczna marka premium** – Marciano by Guess, jesień-zima 2023/24.
- **Buty luksusowe** – Vanda Novak, jesień-zima 2023/24.
- **Polska marka premium** – Jenesequa, jesień-zima 2023/24.
- **Obiecująca polska marka** – The Love Love Life.
- **Wydarzenie** – Ania Kuczyńska, prezentacja kolekcji Terra w Muzeum Ziemi.
- **Pokaz roku** – Maciej Zień, Black and White Symphony.

WYBORY JURY NIEZALEŻNEGO:

- **Współprace** – Hawrot.
- **Kampania i rozwój marki** – Chylak.
- **Biżuteria** – jagg. jewels.
- **Zjawisko** – Pat Bogusławski.
- **Miejsce** – Centralne Muzeum Włókiennictwa.

Nagrody 25-lecia otrzymali: Gosia Baczyńska, Tomasz Ossoliński, MMC Studio, Magdalena Mousson-Lestang, Marcin Tyska i Kasia Sokołowska.

(DM)



21 TEAMS TO COLLECT





UEFA EURO2024 GERMANY

OFICJALNA KOLEKCJA FIGUREK KOLEKCJONERSKICH UEFA EURO 2024™

ZAMÓW FIGURKI Z OFICJALNEJ KOLEKCJI UEFA EURO 2024™! DO ZEBRANIA 21 FIGUREK DRUŻYN ZAKWALIFIKOWANYCH DO ROZGRYWEK, 3 WZORY, 21 WARIANTÓW KOLORYSTYCZNYCH W BARWACH DRUŻYN!

W SPRZEDAŻY OD 16 KWIETNIA



© & ©. The Topps Company, Inc. All Rights Reserved.



The UEFA and EURO 2024 words, the UEFA EURO 2024 Logo and Mascot and the UEFA European Football Championship Trophy are protected by trade marks and/or copyrights of UEFA. All rights reserved.

Wiking z gwiazd

„Wychowałem się wśród wikingów, ale nigdy nie byłem jednym z nich, gdyż cenię sobie życie ludzkie, (...) wolę życie z rodziną niż tupieżcze wyprawy na odległe lądy, bo złoto ma dla mnie znikomą wartość, bo walczę tylko w obronie własnej lub bliskich (...)” – tak przedstawia się jeden z najbardziej kultowych bohaterów komiksowych wszechczasów – Thorgal. Postać i marka doskonale znana miłośnikom komiksów na świecie, stworzona przez polskiego rysownika Grzegorza Rosińskiego i belgijskiego scenarzystę Jeana Van Hamme.

Mimo upływu blisko 50 lat od ukazania się na rynku pierwszego odcinka przygód Thorgala komiks cieszy się niesłabnącą popularnością. Na rynku ukazują się obecnie, nakładem wydawnictwa Hachette Polska, już druga edycja kolekcji komiksów o Thorgalu, w luksusowym wydaniu. Kolekcja liczy 66 tomów i na jej zebranie trzeba będzie poświęcić około 2 lat. Z pewnością jednak chętnych nie zabraknie, bowiem „Thorgal” to komiks cieszący się mianem kultowego.

„Thorgal” ukazał się po raz pierwszy w 1977 r. w odcinkach na łamach belgijskiego czasopisma „Le Journal de Tintin”, a od 1980 r. publikowany jest w osobnych tomach przez belgijskie wydawnictwo Le Lombard. Polscy fani komiksu mieli możliwość poznania postaci Thorgala już w 1978 r. W dziewiętnastym numerze czasopisma „Relax” ukazała się pierwsza część komiksu. Natomiast pierwsze wydanie albumowe trafiło na rynek polski w 1988 r. Postać Thorgala stworzył duet: belgijski scenarzysta Jean Van Hamme i polski rysownik Grzegorz Rosiński. Obaj panowie tworzyli kolejne komiksy serii przez blisko trzy dekady. Komiks zyskał międzynarodowe uznanie, do tej pory sprzedano ponad 18 milionów egzemplarzy, w kilkudziesięciu językach. Powstały także adaptacje w formie powieści, słuchowiska, gier komputerowych, karcianych i plansz. Po zakończeniu prac nad „Thorgalem” przez J. Van Hamme’a (w 2006 r.) i G. Rosińskiego (w 2018 r.) tworzenie serii przejęli scenarzyści: Yves Sente, Xavier Dorison i Yann oraz rysownik Fred Vignaux.



Jean Van Hamme (ur. 16 stycznia 1939 w Brukseli) – belgijski pisarz oraz scenarzysta komiksowy i filmowy. Ukończył ekonomię, administrację, dziennikarstwo i nauki handlowe na Solvay Brussels School of Economics and Management. Robił błyskotliwą karierę w międzynarodowych koncernach, porzucił jednak pracę i stanowisko dyrektorskie, by w 1976 roku poświęcić się w całości pisarstwu i scenopisarstwu. Jako scenarzysta zadebiutował w 1968 roku scenariuszem do komiksu „Epoxy”, narysowanego przez Paula Cuveliera. Jest autorem powieści, scenariuszy do seriali telewizyjnych i filmów. Van Hamme współpracował z wieloma rysownikami, takimi jak William Vance, Dany czy Philippe Francq. Polakom czytelnikom znany jest także dzięki udanej współpracy z Grzegorzem Rosińskim, której efektem jest kultowa seria „Thorgal” oraz komiksy „Szninkiel” i „Western”.

Van Hamme za swe dzieła otrzymał ponad 40 nagród, m.in. w Belgii, Francji, Szwajcarii, Kanadzie, Niemczech, Holandii i Hiszpanii. W latach 1986-1987 pełnił funkcję dyrektora wydawnictwa Dupuis. Pisał także sztuki teatralne. W latach 1992-2001 był przewodniczącym Belgijskiego Centrum Komiksowego w Brukseli.

źródło: wikipedia.org

NORDYCKA NEUTRALNOŚĆ

W dużym skrócie komiks opowiada o przygodach wikinga Thorgala Aegirssona, który stara się chronić swoją rodzinę przed niebezpiecznymi ludźmi i bogami. Akcja toczy się we wczesnym średniowieczu i rozpoczyna w Skandynawii. Thorgal Aegirsson, młody mężczyzna o nieznanym pochodzeniu, którego w dzieciństwie przycięli i wychowali wikingowie, zostaje skazany na śmierć przez ich władcę Gandalfa Szalonego za romans z jego córką Aaricią.

Cała fabuła serii utrzymana jest w konwencjach fantasy, science fiction oraz dramatu historycznego i wykorzystuje wiele motywów z mitologii nordyckiej. Nie przypadkiem. Komiks powstawał w czasach, gdy w Polsce działała jeszcze cenzura, aby więc uniknąć ewentualnych kłopotów, autorzy zdecydowali się umieścić akcję w fikcyjnej rzeczywistości.

– Zdecydowaliśmy, że to będzie czysta fikcja oparta na nordyckiej mitologii. Dzięki temu mogliśmy zrobić wszystko, co tylko chcieliśmy. Bo polscy komuniści mieli wikingów gdzieś – tłumaczył Jen Van Hamme na łamach „Gazety Wyborczej”.

– Dekoracje miały być możliwie najbardziej neutralne. Wymyślamy własną epokę historyczną. Trochę

mrugamy okiem: wiadomo mniej więcej, gdzie to jest i kiedy się dzieje, ale nic nie jest dopowiedziane. Każdy sobie może to zinterpretować, jak chce. Zostaje tylko rodzina, on, ona, później też dzieci i świadomość odpowiedzialności za ich wychowanie. Pojawia się czarny charakter, jakaś klątwa bogów i wszystkie inne rzeczy, które są konieczne w każdej dobrej opowieści.

I tak to się zaczęło – wspominał w tym samym artykule **Grzegorz Rosiński**. – Gdyby to była opowieść współczesna, istniało ryzyko, że coś zadeklaruję, że stanę po czyjejś stronie. Że będę za czymś, czego władze w Polsce nie lubią. Bo oczywiście, kiedy Rosiński wysłał mi swoje prace, były one otwierane na granicy. To samo dotyczyło przesyłek ze scenariuszami, które wysyłałem do Polski – uzupełniał J. Van Hamme.

Stworzone przez Grzegorza Rosińskiego plansze z rysunkami do pierwszych pięciu części „Thorgala” były wysłane do Belgii, tam komiks składano i drukowano. Problemy pojawiły się w momencie ogłoszenia stanu wojennego. Poczta zwróciła przesyłkę do nadawcy z informacją, że nie może zostać wysłana do Belgii. Kolejne próby, a nawet zgoda samego ministra kultury i sztuki nie przyniosły efektu. Plansze były regularnie cofane przez pocztę z dopiskiem: „Według para-



ZŹRÓDŁO: MATERIAŁY PROMOCYJNE HACHETTE

grafu 6 ustawy o stanie wojennym przesyłka nie może być wysłana". Rosnące zainteresowanie „Thorgalem”, przy jednoczesnych problemach z transgranicznym procesem tworzenia komiksu, a także namowy przyjaciół skłoniły Grzegorza Rosińskiego do wyjazdu za granicę, wraz z całą rodziną. Do Polski już nie powrócił, obecnie mieszka w Szwajcarii.

Ale „Thorgal” był również przełomem w życiu Jeana Van Hamme. Przez szereg lat pracował jako handlowiec w Philipsie, gdzie dopracował się stanowiska dyrektorskiego. W wieku 37 lat zdecydował, że zaczyna swoje zawodowe życie od nowa – złożył dymisję i postanowił poświęcić się pisaniu. Żonie obiecał, że w ciągu pięciu lat będzie sławny i bogaty. Krótco po tej życiowej decyzji Jean Van Hamme spotkał Grzegorza Rosińskiego. I obaj związali się zawodowo na lata, zapisując się na stałe w historii światowego komiksu.

LEGENDA POWRACA

Duet Rosiński – Van Hamme okazał się wyjątkowy pod wieloma względami. Panowie współpracowali ze sobą zgodnie przez lata, co samo w sobie jest rzadkością. Obaj zgodnie wspominają, że w zasadzie nie było pomiędzy nimi poważniejszych konfliktów czy nawet kłótni. Wspólnie udało im się stworzyć serię komiksową, która jest dziś absolutnie kultowa. „Thorgal” otrzymał najważniejsze europejskie nagrody

komiksowe i został przetłumaczony na ponad 40 języków. Komiks wydano między innymi w Stanach Zjednoczonych.

Dziś „Thorgal” to nie tylko kilkadziesiąt tomów komiksów, ale także płyta z soundtrackiem, gra komputerowa, gra karciana i dwie adaptacje książkowe. Na Zachodzie cieszy się on taką popularnością, że imiona postaci – Aaricia, Jolan czy Louve – są nawet nadawane dzieciom. Od lat mówi się też o możliwości stworzenia filmu.

Również w Polsce Thorgal ma potężne grono wielbicieli, które poszerza się re-

Komiks ma być skuteczny, a nie pięknie narysowany. Ma być czytelny, wiarygodny, ma mieć dobre postacie, dobrze grające swoje role. Nie mogą cudaczyć czy zerkać w lusterko i sprawdzać, jakie są piękne.

Grzegorz Rosiński

gularnie o kolejne pokolenia. Na rynek trafiła właśnie kolejna edycja kultowej serii.

– Tegoroczna kolekcja „Thorgal” jest nowym podejściem do legendarnej serii opowiadającej o losach gwiazdnego wikinga. Poprzednia edycja, cieszyła się dużym zainteresowaniem, przyciągając do świata komiksów wielu nowych czytelników, którzy po dziś dzień sięgają po kolejne historie. Wraz z upływem lat, pojawiały się kolejne komiksowe przygody Thorgala, a wraz z nimi zrodził

się pomysł ponownego wydania serii na nowo. Ten moment nadszedł wraz z zakończeniem ostatniej z trzech serii pobocznych, opowiadających o losach młodego wikinga przed wydarzeniami z kultowej „Zdradzonej czarodziejki”.

– mówi **Kamil Peciak**, redaktor w wydawnictwie Hachette Polska. Kolekcja planowana jest na 66 tomów, w tym 40 tomów serii głównej oraz trzy serie poboczne, na które składają się „Thorgal: Kriss de Valnor” (8 tomów), „Thorgal: Louve” (7 tomów) oraz „Thorgal: Młodzieńcze lata” (11 tomów). Każdy z albumów został wzbogacony o unikatowe dodatki oraz wspaniałe grafiki autorstwa Grzegorza Rosińskiego, które można kolekcjonować w specjalnej teczce dostępnej wraz z trzecim tomem kolekcji. Dla zainteresowanych jest również ekskluzywna oferta prenumeraty.

– W trakcie prac nad nowym wydaniem przyświecała nam idea uhonorowania serii, która ma wyjątkowe znaczenie dla polskiego czytelnika. Po dokładnej analizie dotychczasowych wydań „Thorgala” zdecydowaliśmy się na powiększony format tomów oraz zastosowanie papieru offsetowego, co pozwoliło perfekcyjnie wyeksponować mistrzowskie umiejętności Grzegorza Rosińskiego. Zarówno kolor okładek, jak i zdobienia, zostały starannie dobrane. Granatowy kolor nawiązuje do surowego świata wykreowanego przez autorów, zaś srebrne zdobienia odwołują się do metalu szlachetnego, z którego wikingowie najczęściej wytwarzali

bizuterię. Prawdziwą ozdobą kolekcji jest grafika, która ukaże się na grzbietach komiksów po zebraniu całej serii. Prezentowany obraz pochodzi z pierwszych stron 33. tomu „Statek miecz”, którego ilustratorem był mistrz Grzegorz Rosiński – dodaje Kamil Peciak.

Premierze kolekcji towarzyszy również podcast „Porozmawiajmy o Thorgalu”, prowadzony przez znawców i miłośników komiksu – Marię Lengren oraz Kamila Śmiałkowskiego, którzy odstawiają kulisy powstawania serii oraz odkrywają tajemnice świata wykreowanego przez Jeana Van Hamme’a oraz Grzegorza Rosińskiego.

FENOMEN THORGALA

W pierwszym odcinku podcastu „Porozmawiajmy o Thorgalu” Maria Lengren i Kamil Śmiałkowski analizowali fenomen tego jednego z najpopularniejszych europejskich komiksów. Na czym on polega? Skąd taka popularność tego właśnie bohatera i tej serii komiksowej? – „Thorgal” to jeden z najważniejszych i najpopularniejszych polskich komiksów. Polskich, ponieważ zawsze tak go postrzegaliśmy – przecież jego współtwórcą jest Grzegorz Rosiński, wybitny rysownik, który rozpoczął swoją karierę w naszym kraju i tutaj tworzył pierwsze albumy tej popularnej w całej Europie serii. Choć z czasem prze-



Grzegorz Rosiński (ur. 3 sierpnia 1941 w Stalowej Woli) – polski rysownik komiksowy, grafik i malarz. Ukończył Liceum Sztuk Plastycznych, następnie Akademię Sztuk Pięknych w Warszawie. Dyplom z ilustracji książkowych robił u Jana Marcina Szancera. Przygodę z rysowaniem komiksów rozpoczął w 1968 roku. Najpierw rysował „Kapitana Żbika”, „Legendy Polskie”, „Pilota śmigłowca” oraz historie do „Relaxu” i magazynu „Alfa”. Od 1976 zaczął rysować komiksy o Thorgalu razem z Jeanem Van Hammem. Rysując Thorgala dla belgijskiego wydawnictwa, najpierw pracował z Polski, a w 1982 przeprowadził się do Belgii. Seria ukazuje się w formie albumów nieprzerwanie od 1980 roku i stanowi jeden z największych sukcesów europejskiego komiksu. W pierwszych latach ukazywały się średnio 3 albumy w ciągu dwóch lat, później częstotliwość spadła do ok. 1 albumu rocznie.

źródło: wikipedia.org; autor: J. Obważanek, WRAK.PL

niósł się do Belgii i Szwajcarii, zawsze uważaliśmy „Thorgala” za nasz komiks! Tym bardziej że mogliśmy go czytać po polsku już w latach siedemdziesiątych XX wieku. W 1978 roku, rok po premierze w Belgii, „Thorgal” pojawił się

Komiks to nie jest coś, czego się można nauczyć. Trzeba się urodzić z pewnym sposobem myślenia, umieć opowiadać nie słowami, ale obrazkami.

Grzegorz Rosiński

na łamach magazynu „Relax”. Rozmach, kreska, atmosfera i formuła tego komiksu wyraźnie tchnęły Zachodem. Już wtedy było wiadomo, że mamy do czynienia z czymś wyjątkowym i niepowtarzalnym. Z czasem przekonali się o tym także zachodni fani komiksu – seria ta w ciągu kilku lat stała się jedną z najpopularniejszych na rynku frankońskim. My na ponowne spotkanie z „Thorgalem” musieliśmy poczekać dekadę, ale gdy i u nas pod koniec lat osiemdziesiątych zaczął się pojawiać w albumach, szła na „Thorgala” ogarnął nas na jeszcze większą skalę. I trwa do dziś – mówi **Kamil Śmiałkowski**, krytyk filmowy, dziennikarz oraz publicysta komiksowy i filmowy, scenarzysta komiksowy, badacz popkultury. – Wielką zasługą mają w tym przede wszystkim twórcy serii – Jean Van

Hamme i Grzegorz Rosiński. Stworzyli oni uniwersalną opowieść o odważnym i prawym bohaterze, który zawsze stawia swoją rodzinę na pierwszym miejscu. Pomimo upływu wielu lat od premiery, wciąż nie ma zbyt wielu komiksowych bohaterów, których przygody byłyby pełne akcji, pasji i charakteru. A taki właśnie jest „Thorgal”. Dodatkowo Van Hamme nie ograniczał się do jednego gatunku – niektóre albumy tej serii to czysto przygodowe komiksy, inne można zaliczyć do fantasy, science fiction czy nawet grozy. Jednocześnie konsekwentnie rozwijał historię Thorgala i jego bliskich, rozgrywając się w świecie sprzed ponad tysiąca lat – zauważa Kamil Śmiałkowski. I dodaje: –

Thorgal chroni swoją rodzinę, jest człowiekiem szalenie moralnym i odpowiedzialnym, nie tak jak w grach strzelankach, gdzie bryzga krew, a publiczność wyje z radości jak w Koloseum. Thorgal nie odczuwa radości zabijania. Jest przyzwoitym człowiekiem.

Grzegorz Rosiński

Wyjątkowość „Thorgala” w Polsce polega także na tym, że jest to jeden z niewielu komiksów, które znamy i lubimy od dekad. Takich komiksów jest może kilka – „Tytus, Romek i Atomek” Papića Chmiela czy „Kajko i Kokosz” Janusza Christy. Różnica polega na tym, że te komiksy i fabuła, i kreska są z założenia skierowane do młodszych odbiorców i zwykle mają mocno humorystyczny charakter. „Thorgal”, jako jedyny tak ważny i popularny tytuł, jest komiksem realistycznym, zarówno pod względem formy (rysunku), jak i realiów oraz psychologii postaci. „Thorgal” po prostu nie ma konkurencji!

**KINGA SZYMKIEWICZ
DARIUSZ MATEREK**

Wykorzystano informacje zawarte w artykule Bartka Przybyszewskiego „Droga do Thorgala. Jak Grzegorz Rosiński i Jean Van Hamme odmiennili historię europejskiego komiksu”, „Gazeta Wyborcza”, 11.10.2014 r. oraz w artykule Łukasza Orbitowskiego pt. „Grzegorz Rosiński: Nie bądźcie tacy dorośli. Rozmowa z autorem „Thorgala”, „Gazeta Wyborcza”, 02.11.2015 r.

Praca z klientem

Ewelina Sikora to agent salonu prasowego Media Star w Kole. W branży pracuje już 5 lat, a jako agent salonu prasowego 2 lata. Praca z ludźmi przynosi satysfakcję na wielu poziomach, szczególnie kiedy wsłuchujemy się w ich potrzeby i profesjonalnie odpowiadamy na to czego poszukują. Z Panią Ewelina rozmawiamy o pracy, obowiązkach i profitach z bycia agentem.

Pani Ewelino na wstępie krótka historia Pani współpracy z firmą Media Star.

– Kilka lat temu moja dobra znajoma, która podjęła współpracę z firmą Media Star zaproponowała mi pracę na stanowisku sprzedawcy. Z uwagi na fakt, że zawsze ceniałam sobie pracę bezpośrednio z klientem przyjąłem propozycję. Moje zaangażowanie w prowadzenie salonu zaowocowało przedstawieniem mi oferty objęcia stanowiska agenta salonu prasowego w miejscowości Kolo. **Kim jest agent i czy zajmuje się na co dzień?**

– Agent to osoba, która zapewnia codzienne funkcjonowanie powierzonego salonu prasowego, jednocześnie nie ponosząc przy tym praktycznie żadnego ryzyka. Wszystkie procesy związane z prowadzeniem punktu są zorganizowane przez firmę Media Star, więc poruszanie się w meandrach prawno-księgowych i logistycznych jest o wiele łatwiejsze. Moim zadaniem jest zapewnienie stałego funkcjonowania punktu w ustalonych godzinach otwarcia oraz zagwarantowanie najwyższego standardu obsługi klienta.

Czy miała Pani wątpliwości podejmując decyzję o podjęciu współpracy z firmą Media Star?

– Może wydać się to dziwne, ale nie miałam żadnych większych wątpliwości. Pracując jako sprzedawca miałam możliwość poznać wszystkie procesy, a jednocześnie miałam gwarancję ze strony bezpośrednich przełożonych, że w przypadku wystąpienia problemów zawsze mogę na nich liczyć. Bardzo cenię sobie współpracę z kierownikiem regionu, który zapewnia rzeczywiste wsparcie we wszystkich procesach związanych z funkcjonowaniem punktu. Jedyne wątpliwości, które



FOT. MEDIA STAR

miałam były związane z prowadzeniem działalności gospodarczej – jednak nie jest to tak skomplikowane jak może się wydawać.

Czy jest Pani zadowolona ze swojej pracy?

– Tak, jestem zadowolona! Dokładam wszelkich starań, aby zadowoleni byli również moi klienci i chyba mi się to udaje, bo każdego miesiąca mam coraz liczniejsze grono stałych klientów, co realnie przekłada się na wzrost realizowanych obrotów. Ponadto czuję, że praca „u siebie” dodatkowo motywuje mnie i sprawia, że mam siłę sprawczą, a to bardzo dobrze sprawdza się przy prowadzeniu własnej działalności.

Czy Pani praca wiąże się z wyrzeczeniami?

– Jak w każdej pracy, zdarza się, że czasami pracuję od rana do wieczora i robię tzw. nadgodziny, ale w końcu sama sobie jestem szefem. To, ile i jak pracuję ma realny wpływ na moje wynagrodzenie.

Jakimi zasadami kieruje się Pani w swoje pracy?

– Przede wszystkim odpowiedzialnością, rzetelnością, kulturą wobec klientów, a także uczciwością wobec nich i firmy, pod której szyldem pracuję. Staram się jak najlepiej wywiązywać nie tylko z powierzonych mi obowiązków, ale również słucham klientów w zakresie ich oczekiwań co do oferowanego asortymentu. Szczególnie w zakresie oferty tytułowej gazet.

No właśnie, chciałbym poruszyć temat sprzedaży prasy. Czy tradycyjna forma, czyli drukowana prasa nadal jest chętnie kupowana przez klientów?

– Choć powszechnie panuje stereotyp, że nie czyta się i nie kupuje się już prasy, to w praktyce nie odnajdziemy potwierdzenia takiego stwierdzenia. Klienci cały czas sięgają po prasę w formie tradycyjnej, szczególnie w obecnych czasach, gdzie ceni się rzetelne informacje. Coraz więcej osób dopytuje o tytuły z wielu różnych dziedzin, a naszym zadaniem jest zapewnienie klientowi tego, czego oczekuje. Na co dzień współpracujemy z firmą Kolporter, która dostarcza nam szeroki wachlarz ciekawych i interesujących tytułów, które przyciągają nie tylko starszych czytelników, ale i tych najmłodszych. Dzięki poprawnej ekspozycji, o którą dbam każdego dnia, nasi klienci bez trudu odnajdują gazety, którymi są zainteresowani.

Pani Ewelino czy poleciłaby Pani firmę Media Star innym?

– Tak. Nigdy nie zawiodłam się czy to na moim bezpośrednim przełożonym czy też na pracownikach centrali firmy, którzy zawsze służą nam pomocą. Stanowią oni wsparcie i traktują nas w sposób partnerski. Praca u siebie daje też dużo satysfakcji. Polecam serdecznie takie zawodowe doświadczenie.

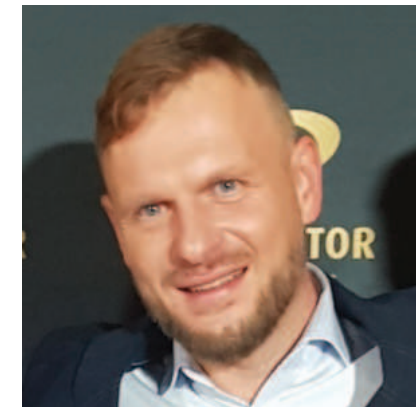
Dziękuję za rozmowę.

– Dziękuję.

MS

Siła w salonach

O rozwoju branży prasowej rozmawiamy z właścicielem salonów prasowych „Media Star” Michałem Starczewskim.



FOT. MEDIA STAR

Panie Michale firma „Media Star” to?

– „Media Star” to... moje dziecko, a przede wszystkim sieć 100 salonów prasowych zlokalizowanych na terenie 9 województw.

100 salonów prasowych to już duże przedsięwzięcie...

– Tak, to bardzo duże wyzwanie i odpowiedzialność. W zeszłym roku obchodziliśmy 20-lecie istnienia firmy Media Star. Jestem dumny z organizacji, którą udało mi się stworzyć od podstaw nie mając dużego doświadczenia w tej branży. Początki były trudne i wymagały ode mnie wiele ciężkiej pracy i zaangażowania, ale wierzyłem w to co robię.

100 salonów i co dalej, jakie ma Pan dalsze plany ekspansji?

– Nie o liczby tu chodzi, ale o rentowność i wyniki całej firmy. Niestety branża, w której działamy charakteryzuje się bardzo niską marżowością, co w kontekście bardzo szybko rosnących kosztów prowadzenia działalności, głównie kosztów personalnych, stanowi nie lada wyzwanie. Aktywnie poszukujemy nowych, atrakcyjnych lokalizacji, w których staramy się uruchamiać nasze punkty, równolegle likwidujemy punkty o niskiej rentowności. W efekcie od kilku lat balansowaliśmy na niemalże stałej ilości salonów. Obecnie prowadzimy

zaawansowane rozmowy i negocjacje w sprawie kilku atrakcyjnych lokalizacji, głównie w mini parkach handlowych, które w ostatnich latach zyskują na popularności. Jeszcze w marcu uruchomiliśmy nasz setny salon, w Szczecinku, w województwie zachodniopomorskim.

Jakie perspektywy widzi Pan dla branży salonów prasowych?

– Perspektywy są dobre, ale niezbędnym warunkiem ich wykorzystania jest znalezienie odpowiedniej lokalizacji i przede wszystkich lojalnych i odpowiedzialnych pracowników, na których możemy zawsze polegać.

Ma pan na to receptę?

– Twarde negocjacje w zakresie kontraktów i warunków zakupów prowadzone pod moim bezpośrednim nadzorem to podstawa. Drugi element to stały rozwój oferty produktowej, którą oferujemy swoim klientom. Równocześnie inwestujemy w rozwój infrastruktury informatycznej i oprogramowania BI, tak aby podejmowane decyzje oparte były na największej i najbardziej kompletnej ilości danych.

Co stanowi o jakości salonu prasowego?

– Kluczowym ogniwem jest osoba prowadząca salon. Działamy w systemie agencyjnym, w którym to agentowi powierzamy prowadzenie salonu i to głównie od jego zaangażowania zależy sukces, dlatego dokładamy wszelkich starań, aby współpraca z agentami miała charakter partnerski i długofalowy. Naszym agentom zapewniamy wynagrodzenie gwarantujące rentowność ich działalności oraz atrakcyjny system premiowy, stałe wsparcie ze strony kierownika rejonu, oraz stały dostęp do oprogramowania i danych gwarantujących właściwą kontrolę nad finansami i stanami towarowymi prowadzonych przez nich salonów.

Podstawowy asortyment salonu prasowego to prasa codzienna, magazyny,



prasa branżowa i hobbistyczna. Jak Pan widzi przyszłość rynku prasy?

– Wiele danych pokazuje drastyczny spadek sprzedaży prasy tradycyjnej, jednak dane sprzedażowe naszej firmy nie potwierdzają tego trendu. Nie obserwujemy spadku sprzedaży prasy, dzięki dobrej współpracy z firmą Kolporter i utrzymaniu szerokiej i optymalnej oferty pozyskujemy klientów, którzy dotychczas dokonywali zakupów w innych punktach, które na przestrzeni ostatnich lat zostały zlikwidowane.

Czy widoczne są zmiany w strukturze sprzedawanej prasy?

– Szczególnie w przypadku prasy codziennej, której spadek sprzedaży jest duży, co nikogo z nas nie powinno dziwić, gdyż informacje mamy na wyciągnięcie ręki. Ciągłe dużym zainteresowaniem cieszy się prasa kolorowa, tygodniki, miesięczniki oraz tytuły hobbistyczne i kolekcjonerskie. Nie sposób nie wspomnieć o prasie dziecięcej. Jest to najbardziej rozwijającą się kategorią, przy tym notuje największe wzrosty sprzedaży.

Rozumiem, że pana zdaniem prasa tradycyjna nie szybko odejdzie „do lamusa”?

– Prasa, ta w rozumieniu tradycyjnym: papier, druk, fotografie, ciekawe materiały to coś, do czego mamy stosunek emocjonalny. Jako klienci oczekujemy wysokich standardów zarówno wobec wydawców, jak i w punktach sprzedażowych. Prasa to już nie tylko „czytadło”, a często także piękny przedmiot. Kolekcjonerskie egzemplarze budzą żywe zainteresowanie. Tu widzę przyszłość i szerokie pole do działania. Wysoka jakość obsługi i szeroka dostępność to coś, co mnie interesuje w tej branży. Cieszę się, że mogę do tego dołożyć swoją cegiełkę, tworząc salony prasowe „Media Star”.

MS



Stumble Guys – Saszetka z Figurką Kolekcyjorską

Cena: 19,99 zł
Producent: P.M.I.

Kolekcja dwudziestu czterech figurek z wirtualnego świata Stumble Guys – cieszącej się ogromną popularnością wieloosobowej gry, w którą grać można w telefonach, na konsolach gier oraz PC. W saszetce jest jedna z figurek o wysokości 5,5 cm: nieustraszonego bohatera czy ekscentrycznego stwora z gry. Zalety kolekcji to bardzo dobra jakość wykonania i dokładne odwzorowanie postaci. Zabawki przeznaczone są dla dzieci powyżej trzeciego roku życia.



Ryby i Drapieżniki Morskie – Poissons Predateurs et Marins

Cena: 16,99 zł
Producent: Tema Promotional Gifts S.r.l
Importer do Polski: EuroPress Polska Sp. z o.o.

Seria dwunastu zabawek różnych morskich zwierząt. Rekin, żółw morski, meduza, murena, krab czy ośmiornica to tylko niektóre z morskich stworzeń w kolekcji. Figurki sporządzone są z pachnącego, miękkiego i dającego się odkształcać tworzywa. Niektóre z nich zmieniają kolor po zanurzeniu w ciepłej wodzie lub świecą w ciemności. W saszetce, oprócz zabawki, umieszczono ulotkę z informacjami o zwierzęciu oraz przegląd całej serii. Zabawki dla dzieci powyżej trzeciego roku życia.



Mili Przyjaciele z Morza – Softy Friends Life In The Sea

Cena: 16,99 zł
Producent: Tema Promotional Gifts S.r.l
Importer do Polski: EuroPress Polska Sp. z o.o.

Kolekcja czternastu zabawek – pachnących figurek stworzeń żyjących w morzach i oceanach m.in.: delfina, ośmiornicy, konika morskiego, rozgwiazdy i rozmaitych gatunków ryb. Zabawki wykonane z elastycznego, miękkiego tworzywa, które można ugniatać – są także wodoodporne i można je używać w kąpiel. W saszetce oprócz figurki edukacyjna broszurka z ilustrowaną historyjką i informacjami o danym zwierzęciu. Zabawki przeznaczonych dla dzieci w wieku powyżej trzech lat.



Psi Patrol Wielki Film Saszetka Stempel – PAW Patrol Stampers

Cena: 19,99 zł
Producent: P.M.I.

Unikalna seria dwunastu licencjonowanych stempli z figurkami bohaterów popularnego filmu dla dzieci „Psi Patrol: Wielki film”. Stemple mogą być prezentowane w formie małych figurek do postawienia na półce lub wykorzystane zarówno w szkolnych, jak i domowych pracach plastycznych. Ich precyzyjne wykonanie i odwzorowanie postaci, zadowoli niejednego małego fana Psiego Patrolu. Każde opakowanie-saszetka zawiera jeden zapakowany losowy stempel z figurką bohatera filmu.



Psi Patrol Wielki Film Saszetka Breloczki – PAW Patrol Figural Keychains

Cena: 19,99 zł
Producent: P.M.I.

Kolekcja dwunastu licencjonowanych breloczków z figurkami bohaterów popularnego filmu dla dzieci „Psi Patrol: Wielki film”. Można je przyczepić między innymi do plecaka, kluczy lub wymieniać się z innymi małymi fanami. Każda figurka o wysokości około 10 cm jest ubrana w stroje z „Psi Patrol: Wielki film”, z realistycznymi detalami, dzięki czemu wygląda dokładnie tak, jak w nowym filmie. Każde opakowanie-saszetka zawiera jeden losowy breloczek z figurką bohatera Psiego Patrolu.



Lądowe Drapieżniki 2 – Land Raubtiere 2

Cena: 16,99 zł
Producent: Tema Promotional Gifts S.r.l
Importer do Polski: EuroPress Polska Sp. z o.o.

Seria 12 figurek przedstawiająca najbardziej niebezpieczne lądowe zwierzęta. Wśród wykonanych z miękkiego tworzywa zabawek znajdziemy niedźwiedzia grizzly, lwa, aligatora czy kobrę królewską. Do każdej saszetki dołączony jest opis zwierzęcia i jego kolorowa fotografia. Niektóre z figurek zmieniają kolor po wystawieniu na bezpośrednie działanie promieni słonecznych, inne jarzą się delikatnym światłem w ciemnościach. Zabawki przeznaczone są dla dzieci w wieku powyżej trzech lat.



Rosnące Dinozaury – Dinos Grow

Cena: 16,99 zł
Producent: Tema Promotional Gifts S.r.l
Importer do Polski: EuroPress Polska Sp. z o.o.

Kolekcja dwunastu figurek dinozaurów – między innymi tyranozaura, pterozaura, triceratopsa czy brontozaura. Zabawki po zanurzeniu w wodzie i moczeniu w niej przez kilka dni rosną – zwiększając znacznie swoje rozmiary. W saszetce oprócz figurki dołączona jest broszurka z opisem i kolorowym obrazkiem danego dinozaura oraz przeglądem całej kolekcji. Zabawki dla dzieci powyżej trzeciego roku.

Lubiłam ludziom zaglądać w okna

Marta Żmuda Trzebiatowska to jedna z najpopularniejszych polskich aktorek. „Blondynka”, „Kuchnia”, „Dwie strony medalu”, „Teraz albo nigdy!” – dzięki tym serialom zaskarbiła sobie sympatię widzów. Z pewnością wielu osobom kojarzy się głównie z rolą lekarki Hanny Sikorki z „Na dobre i na złe”, w którym występowała przez 6 lat. Niedawno aktorka postanowiła jednak rozstać się z tą produkcją. Aktualnie Martę możemy oglądać w serialu „Grzechy sąsiadów”, dostępnym na platformie Polsat Box Go. Tam z kolei wcieliła się w trenerkę fitnessu – Judytę.

Na platformie Polsat Box Go niedawno zadebiutował serial „Grzechy sąsiadów”, w którym wcielasz się w postać Judyty. Czy zaintrygował Cię scenariusz?

– W moim przekonaniu najmocniejszą stroną tego scenariusza była zagadka kryminalna. To, że doszło do zbrodni, dowiadujemy się od razu, ale dzięki retrospekcjom, próbujemy poukładać wydarzenia i zrozumieć, jak do tego doszło, kto jest ofiarą, a kto oprawcą. Sama jako widz lubię takie zawiłe historie. W tym serialu bohaterowie myślą trop, w każdym odcinku odkrywamy ich grzechy, tu każdy ma coś na sumieniu. Ponadto „Grzechy sąsiadów” poruszają wiele kontrowersyjnych tematów. Jedną z głównych bohaterek, Ewa, pragnie dziecka za wszelką cenę, nie ogląda się na nikogo i na nic, pojawia się temat in vitro, a w przypadku naszej pary bohaterów także temat swingowania. Z kolei trzecia, najbardziej tajemnicza para sąsiadów – granych przez Mirosława Bakę i Jowitę Budnik – to temat dojrzałej miłości i intymności oraz potrzeb w takim związku. W tej historii o trzech parach, które spotkały się na jednym osiedlu, naprawdę dużo się dzieje.

Judyta to kobieta wyzwolona, która niczego się nie boi. Jest bohaterką, od której mogłaś się czegoś wartościowego nauczyć?

– Ona uwielbia życie, które ma i umie z niego korzystać. Jest pełna energii, bardzo pozytywna i wyzwolona seksualnie. Nie ma dla niej tematów tabu. Nie widzi problemu

w tym, aby dzielić się swoim mężem z innymi kobietami. Nie wiem czy czegoś mnie nauczyła, ale na pewno zaraziła mnie pasją do jogi.

Sceny z serialowym synem były dla Ciebie trudne?

– Lubię grać ze zdolnymi dziećmi, są bardzo intuicyjne i naturalne. Tu trudność stanowił fakt, że mieliśmy często do zagrania dużo trudnych i mocnych emocjonalnie scen. Ja też nigdy nie wiem, jak rodzice przygotowują dzieci do takiej pracy. Tematy, które porusza ten serial, są dość kontrowersyjne i być może trudne do udźwignięcia dla dziecka. Dlatego dobrze, że na planie jest psycholog dziecięcy.

W serialu nie zabrakło odważnych, intymnych scen. Na planie był obecny koordynator od scen intymnych?

– Była taka propozycja, żeby się pojawił. Miałam okazję pracować z koordynatorem intymności przy innym serialu, całkiem niedawno i faktycznie jest to pomocne w wielu sytuacjach. My przed rozpoczęciem zdjęć do tego obrazu, mieliśmy próby z reżyserem Borysem Lankoszem, więc zbudowaliśmy między sobą zaufanie i umówiliśmy się na granice, do których możemy się posunąć, więc wspólnie uznaliśmy, że pomoc koordynatora nie jest nam potrzebna.

Twoja bohaterka, Judyta, jest instruktorką fitnessu. Złapałaś sportowego bakcyła?



Marta Anna Żmuda Trzebiatowska – polska aktorka teatralna, filmowa i telewizyjna, absolwentka Akademii Teatralnej im. Aleksandra Zelwerowicza w Warszawie. W 2005 r. debiutowała rolą Belli w serialu „Dom niespokojnej starości”. Rozpoznawalność zyskała dzięki pierwszoplanowym rolom w filmie „Nie kłam, kochanie” i serialu „Teraz albo nigdy!”. W 2010 r. została aktorką Teatru Kwadrat w Warszawie. Od 2018 r. gra w serialu „Na dobre i na złe”.

Wiem, że Sebastian Fabijański dzięki udziałowi w tym serialu, zrobił prawo jazdy na motocykl, a nawet postanowił zakupić własny.

– Ja zawsze byłam aktywna sportowo. Co prawda joga nigdy mnie nie zafascynowała tak bardzo, aby praktykować ją regularnie, ale rzeczywiście dzięki tej roli złapałam tzw. zajawkę. Znalazłam wspaniałą instruktorkę – Joannę i rodzaj jogi, który daje mi dużo satysfakcji.

Twojego serialowego męża zagrał Sebastian Fabijański. Była to dla Was owocna współpraca?

– Z Sebastianem miałam okazję poznać się już wcześniej. Wspólnie graliśmy w filmie „Mowa ptaków” Xawerego Żuławskiego i Piotra Kielara. Mieliśmy więc czas na prywatne rozmowy. Co więcej, Sebastian był kiedyś moim sąsiadem.

W jednym z wywiadów powiedziałaś, że jak byłaś mała, uwielbiałaś podglądać sąsiadów. Zajrzałaś kiedyś do mieszkania Sebastiana (śmiech – przyp. red.)?

– Rzeczywiście, jak byłam dzieckiem i wychodziłam z psem wieczorami, lubiłam ludziom zaglądać w okna. Nie dlatego, że jestem wścibska, ale po prostu rozbudzało to moją wyobraźnię do snucia historii. Dopisywałam jej początek i koniec. Sebastiana nigdy nie podglądałam (śmiech – przyp. red.).

A dzisiaj lubisz wiedzieć, co dzieje się u Twoich sąsiadów?

– Zawsze mówię im „dzień dobry”, ale w Warszawie ludzie żyją trochę „obok siebie”.

Dziękuję za rozmowę.

ROZMAWIAŁA ALEKSANDRA WOJTANEK/AKPA POLSKA PRESS

FOT. AKPA

Chcą handlować w niedziele

Przedstawiciele sektora handlowego mają wiele pomysłów na to, na jakich zasadach powinien zostać przywrócony handel w niedzielę, bo że niedziele handlowe powinny wrócić nie ma wątpliwości zdecydowana większość.

Przedstawiciele branży handlowej są za otwarciem sklepów w niedziele. „Tak, chcę aby przywrócić handel w niedziele” odpowiedziało 88 proc. respondentów ankiety Retail Institute, przeprowadzonej w lutym 2024 roku wśród przedstawicieli 70 spółek wynajmujących lokale w centrach handlowych w Polsce. To firmy reprezentujące blisko 140 najpopularniejszych marek globalnych i lokalnych na polskim rynku.

MOŻE 8 GODZIN?

O potrzebie powrotu do handlu w każdą niedzielę mówi 52 proc. przedstawicieli sieci handlowych, 12 proc. proponuje, aby centra handlowe i owszem, były otwarte we wszystkie niedziele, ale tylko przez 8 godzin, 24 proc. opowiada się za otwarciem centrów w pierwszą i ostatnią niedzielę miesiąca. 12 proc. respondentów uważa, że dobrze jest tak, jak jest.

Dwie trzecie (66 proc.) osób biorących udział w ankiecie Retail Institute uważa, że temat niedziel handlowych jest bardzo ważny, a rząd przy wsparciu ekspertów z branży powinien jak najszybciej przeanalizować możliwości powrotu do handlu w niedziele. 26 proc. twierdzi, że temat jest bardzo ważny, ale można z nim poczekać, aż rząd uporządkuje najpilniejsze kwestie związane z praworządnością w kraju. 8 proc. respondentów uważa, że nie warto podejmować dyskusji o handlu w niedziele.

Dla niemal połowy (44 proc.) respondentów głównym skutkiem wprowadzenia zakazu handlu w niedziele było znaczące ograniczenie obrotów sieci handlowych. Zmniejszenie miejsc pracy

na rynku wymieniło 26 proc. osób, a mniejsze wpływy z podatków do budżetu państwa 6 proc. Jedynie dla 16 proc. ankietyowanych w perspektywie czasu ograniczenie niedzielnej handlu nie zmieniło nic, a 8 proc. badanych nie ma zdania.

PRZECIWNICY: TO WZROST KOSZTÓW

Dla ankietyowanych niedziela handlowa to przede wszystkim wolność wyboru dla klientów (30 proc.), dodatkowa szansa na wygenerowanie większych obrotów firm (26 proc.) oraz możliwość stworzenia nowych miejsc pracy (24 proc.). Przeciwnicy handlu w niedziele wskazują natomiast, iż przywrócenie niedziel będzie oznaczało dla ich biznesu: zwiększenie kosztów przy jednoczesnym braku pewności, iż dodatkowy dzień przełoży się na wystarczająco duży wzrost sprzedaży (12 proc.) oraz brak swobody dla pracowników handlu (8 proc.).

Przedstawiciele spółek ocenili w ankiecie obecną kondycję branży handlowej na poziomie 3,2 – w skali 1-5. Anna Szmaja, prezes Retail Institute uważa, że ostatnie lata można podsumować jako czas nieustającego zarządzania kryzysem i zmianą oraz prób tworzenia modeli biznesowych, które pozwolą przedsiębiorcom prowadzić dalszą działalność w dynamicznie zmieniających się warunkach.

– Zmiany prawne, podatkowe, wprowadzenie zakazu handlu w niedziele, tygodnie zamknięcia spowodowane lockdownami w trakcie pandemii COVID-19, wojna w Ukrainie, wysoka inflacja i galopujące koszty oraz zmiany

nawyków i zwyczajów klientów oraz konsumentów – to wszystko przekłada się moim zdaniem na niską ocenę firm dotyczącą kondycji branży handlowej. Branża handlowa potrzebuje wsparcia rządu w postaci nowych regulacji i przepisów, które pozwolą jej z większym optymizmem planować przyszłość – mówi.

NIECH DECYDUJE KLIENT

W swobodnych komentarzach do ankiety, przedstawiciele spółek handlowych pisali o różnych aspektach powrotu do niedziel handlowych. Wskazywali, że klienci powinni móc decydować o tym, kiedy wybiorą się na zakupy, a pracownicy sklepów dokonując wyboru pracy mieć świadomość, że ta oznacza również konieczności pracy w niedziele. Zdaniem jednego z ankietyowanych (branża usługowa), brak handlu w niedziele spowodował zmniejszenie obrotów i bezpowrotną utratę ok. 15-20 procent obrotów. Przedstawiciel branży spożywczej podkreślił natomiast, że zamknięcie sklepów na jeden dzień oznacza dla tego sektora duże straty. Inny reprezentant kategorii usług zwrócił uwagę, że dla klienta nie ma znaczenia, kiedy kupi buty czy kurtkę, ale niestety na zapas się nie pobawi. Jego zdaniem, ograniczenie spowodowało w tej kategorii spadek przychodów rzędu 15 procent. Ankieta została przeprowadzona na początku lutego 2024 roku wśród przedstawicieli 70 spółek skupionych wokół Retail Institute, prowadzących blisko 140 najbardziej rozpoznawalnych marek na polskim rynku handlowym.

WIADOMOŚCI HANDLOWE

Ostrożny optymizm

Polscy konsumenci wciąż optymistycznie oceniają kierunek zmian w kraju, sytuację gospodarczą i własną sytuację materialną. Jak wynika z danych IPSOS, inflacja pozostaje naszym najważniejszym zmartwieniem, ale zwiększają się obawy związane z kryzysem klimatycznym i konfliktami zbrojnymi.

W ramach cyklicznych badań realizowanych przez IPSOS Polki i Polacy zostali zapytani m.in. o ocenę najbardziej niepokojących w kraju kwestii, odczucia dotyczące sytuacji gospodarczej, tempo wzrostu cen i własną sytuację materialną. Inflacja ciągle pozostaje głównym powodem niepokoju Polek i Polaków, jednak w lutym martwiła już mniej niż połowę badanych (46 proc.). Oznacza to spadek o 6 p.p. w porównaniu do stycznia. Na drugim i trzecim miejscu największych zmartwień badanych znalazły się: opieka zdrowotna (33 proc.) oraz korupcja i finansowe lub polityczne skandale (30 proc.). Obie te kategorie tracą

jednak na znaczeniu w stosunku do ubiegłego miesiąca. Zyskują natomiast konflikty zbrojne, które niepokoją już 29 proc. badanych, o 6 p.p. więcej niż w styczniu. Odpowiednio o 8 i 7 p.p. wzrosły także obawy związane ze zmianą klimatu (20 proc.), a także zagrożeniami dla środowiska naturalnego (13 proc.).

Jeśli chodzi o ocenę zmian w kraju, blisko połowa Polek i Polaków (46 proc.) uważa, że zmierzają one w dobrym kierunku. Utrzymują się więc pozytywne nastroje po wyjątkowo dużym wzroście w ubiegłym miesiącu. Odsetek optymistów jest wyraźnie większy niż odsetek osób negatywnie oceniających

bieg spraw w Polsce (35 proc.). Pozytywne nastroje utrzymują się również w kwestii oceny sytuacji gospodarczej Polski. Tylko 31 proc. Polek i Polaków jest przekonanych, że gospodarka osłabła w ciągu ostatniego roku, a 32 proc. spodziewa się jej poprawy w najbliższej przyszłości.

– Wyniki lutowego badania pokazują, że obserwowany pozytywny zwrot w nastrojach ekonomicznych Polek i Polaków nie był przypadkiem. Optymizm gospodarczy powoduje z kolei, że inflacja powoli ustępuje miejsca innym problemom – komentuje wyniki Tymoteusz Ogłaza, research executive w zespole Public Affairs IPSOS Polska.

REKLAMA

WIADOMOŚCIHANDLOWE.PL

WYBIERZ PAKIET PEŁEN KORZYŚCI



W „CHARAKTERACH” POLECAMY:

- **Mroczne strony związków, skąd bierze się przemoc w relacji?**
– prof. Dariusz Skowroński.
- **Katarzyna Kucewicz o tym jak redukować wagę z głową**
– psychika na talerzu.
- **Rozmowa z Katarzyną Kołczek**
– o tym jak nauczyć się stawiać granice i być sobą?
- **Jak skutecznie rozwinąć nawyk wykorzystując neuroplastyczność mózgu?**
– dr Adam Zemekka.
- **Jak w praktyce radzić sobie ze stresem?**
– ćwiczenia uważności w miejscu pracy.
- **Zdrowie nawyki na co dzień**
– praktyczne ćwiczenia ułatwiają ce zaplanowanie codziennej rutyny.
- **Dlaczego odrzucenie boli i jak sobie z nim radzić?**
– kiedy doświadczamy poczucia wykluczenia.
- **Miesiączka to nie temat tabu!**
– dlaczego tak ważna jest rozmowa i zrozumienie?
- **Jak doświadczenia z porodu wpływają na macierzyństwo?**
– rozmowa z Justyną Dąbrowską.

PODRÓŻ BOHATERA

- **Paweł Piłich o relacyjnym Push&Pull.**

Zbuduj poczucie bezpieczeństwa i stabilności

Regularność i powtarzalność rodzinnych rytuałów zaspokajają jedną z podstawowych ludzkich potrzeb, czyli potrzebę bezpieczeństwa. Rytuałów zaspokajają jedną z podstawowych ludzkich potrzeb, czyli potrzebę bezpieczeństwa. Ich regularny, niezmienny rytm daje wszystkim członkom rodziny, a zwłaszcza dzieciom, głębokie przeświadczenie, że świat jest przewidywalnym, bezpiecznym miejscem, nawet jeśli w aktualnej sytuacji przeczą temu obiektywne fakty. Będzie to szczególnie ważne w nietypowych lub zmieniających się okolicznościach, takich jak rozstanie rodziców, przeprowadzka lub po innych kryzysowych doświadczeniach. Dobrze znany od lat rytuał, np. wspólne pieczenie ciasta w dzień urodzin, może mieć działanie terapeutyczne. Klasycznym przykładem kojącego rytuału dającego poczucie bezpieczeństwa w nowym środowisku może być cykl czynności, jakie wykonujemy z dzieckiem przed snem. Jeśli w domu mamy w zwyczaju czytać wspólnie książki, po czym przytulamy się w charakterystyczny sposób, ten sam rytuał pomoże maluchowi zasnąć, gdy znajdziecie się w innym miejscu.



INTERNALIZACJA WARTOŚCI I TWORZENIE TOŻSAMOŚCI

Psychologia społeczna wskazuje, że we wszystkich przypadkach rytuałów mamy do czynienia ze wspólnym, symbolicznym działaniem, które buduje poczucie tożsamości i przynależności. Innymi słowy, rytuały rodzinne tworzą „społeczny klej”, fundament bliskich relacji. Z perspektywy jednostki – poprzez udział w rytuałach internalizujemy normy, wartości i wzorce zachowań. Uczymy się „kodu kulturowego”, specyficznego dla naszej rodziny, który staje się z kolei częścią naszej tożsamości. Z perspektywy grupy – poprzez rytuały rodzina komunikuje na zewnątrz, kim jest i co jest dla niej ważne. Te niezwykle, rodzinie praktykowane czynności mówią w Waszym imieniu: „Taką rodziną jesteśmy i to cenimy najbardziej”. W ten sposób rytuały rodzinne działają jak swoisty nośnik pamięci zbiorowej, który pomaga w bezpieczny sposób „przemycić” system wartości wyznawany przez daną rodzinę do kolejnych pokoleń. Dzieci, uczestnicząc od najmłodszych lat w rodzinnych tradycjach, spontanicznie i niemal nieświadomie absorbują przekonania, postawy i ideały bliskich. Później, już jako dorośli będą je reprodukowac i przekazywać następnym pokoleniom.

ANGELIKA TALAGA

CZEGO NASTOLATEK NIE POWIE RODZICOM

- Szymon Modelski – Dorosły na 200%.

CZASMARZENIA

– historie o poszukiwaniu marzeń Michała Śniadeckiego.

NA STAŁE

- **Listy.**
- **Warto wiedzieć.**
- **Festiwal Miłosza.**
- **Myśli przechwycone.**
- **Ewa Winnicka – Na boisku.**
- **Tomasz Maruszewski – Aktor czy obserwator?**
- **Jacek Bomba – Trzeba brać sprawy w swoje ręce.**
- **Katarzyna Włodkowska – Algorytmy traumy.**
- **Aleksandra Pakieła – Książka na wiosnę!**
- **Mieć czy być.**

Jak w praktyce radzić sobie ze stresem.

Skoncentruj się

Tym razem zapraszam Cię na praktykę w ruchu. Instrukcja do niej jest bardzo krótka i całkiem prosta. Zrób sobie przerwę na pospacerowanie w przestrzni, w której jesteś. Podczas tego minispaceru rozglądaj się z ciekawością dziecka i zauważ przedmiot, który w jakiś sposób przyciągnął Twoją uwagę. Nie zastanawiaj się, dlaczego akurat ten przedmiot. Po prostu podejdź do niego i obejrzyj go ze wszystkich stron tak dokładnie, jak tylko jest to możliwe. Zauważ jego kształt, kolor, materiał, z którego jest wykonany, zastanów się, od kiedy tu jest, jaka jest jego historia, kto go stworzył, gdzie był wcześniej itd. Tym razem możesz oceniać różne jego aspekty i elementy, jego znaczenie czy funkcjonalność. Twoim jedynym zadaniem podczas tego ćwiczenia jest koncentracja tylko na tym jednym przedmiocie, jego cechach i jego historii, jego wadach i zaletach. A jeśli zdarzy się tak, że Twój umysł powędruje w inne przestrzenie, inne tematy i inny czas, zauważ, że tak się stało, i wróć do eksplorowania przedmiotu. Praktykę zakończ po około 10 minutach.

Monika Nowak

Najbardziej opiniotwórcze media

Na czele najnowszego rankingu „Najbardziej opiniotwórcze media” po raz kolejny znajduje się stacja TVN24. Z danych Instytutu Monitorowania Mediów wynika, że w styczniu 2024 roku redakcja była cytowana przez inne media blisko 5,5 tys. razy. Drugą pozycję zajmuje „Gazeta Wyborcza” z liczbą ponad 4,1 tys. powołań, a podium zamyka Onet, do którego inni dziennikarze odnosili się przeszło 3,8 tys. razy.

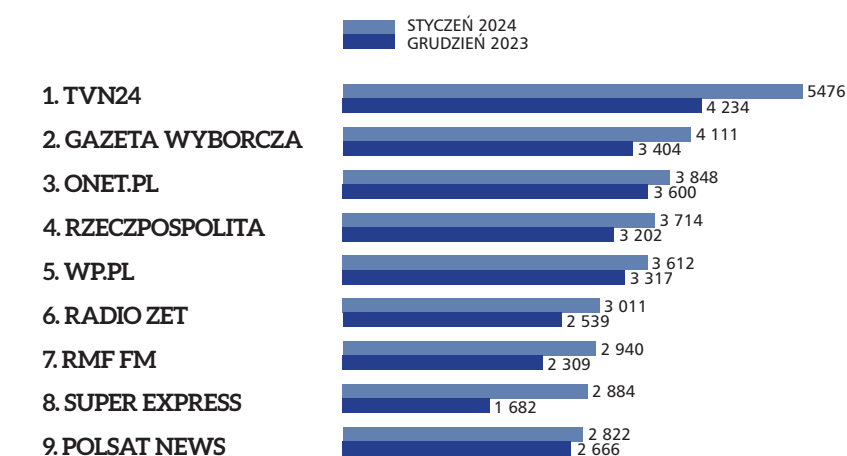
W zestawieniu TOP 15 najczęściej cytowanych tytułów stycznia największy udział – 33% – ma telewizja. Drugie miejsce z wynikiem 27% należy ex aequo do prasy („Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Super Express”, „Fakt”) i portali internetowych. Stacjom przypada 13% udział w podziale na typ mediów.

MEDIA OGÓLNE

Pierwsze miejsce w rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów po raz kolejny zajmuje TVN24 z liczbą blisko 5,5 tys. wzmianek. Stacja uplasowała się na czołowej pozycji m.in. dzięki rozmowie z marszałkiem Sejmu Szymonem Hołownią, który komentował decyzję prezydenta Andrzeja Dudy o wszczęciu procedury ułaskawieniowej w sprawie byłych szefów CBA, Mariusza Kamińskiego i Macieja Wąsika. Drugie miejsce zestawienia należy do „Gazety Wyborczej”, do której inne media odnosiły się ponad 4,1 tys. razy. Dziennik rozmawiał m.in. z Jerzym Owsakiem, prezesem Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, który powiedział, że fragmenty relacji z 32. Finału WOŚP, po latach przerwy, pojawią się także na antenach TVP. Podium zamyka Onet cytowany w styczniu ponad 3,8 razy. Redakcji jako pierwszej udało się ustalić, że Andrzej Duda zamierza ułaskawić Mariusza Kamińskiego i Macieja Wąsika.

DZIENNIKI

Pierwsze miejsce wśród najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych w styczniu należy do „Gazety Wybor-



czej” z liczbą ponad 4,1 tys. powołań. Na drugiej pozycji z wynikiem ponad 3,7 tys. wzmianek znajduje się „Rzeczpospolita”, m.in. dzięki cytowaniom sondażu IBRIS dotyczącego likwidacji prac domowych dla uczniów, który powstał na zlecenie dziennika. Podium zamyka „Super Express”, do informacji którego inne media odwoływały się niespełna 2,9 tys. razy.

TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI

„VIVA!” po raz kolejny otwiera zestawienie najbardziej opiniotwórczych tygodników i dwutygodników – tym razem z liczbą 437 powołań. Redakcja magazynu przeprowadziła wywiad z aktorką Weroniką Rosati z okazji jej 40. urodzin. Na drugim miejscu znajduje się tygodnik „Do Rzeczy” – 372 wzmianki, a trzecie miejsce zestawienia należy do „Newsweeka”, który awansował o jedną pozycję i uzyskał 369 cytowań.

MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI

Czołową pozycję rankingu najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników zajmują „Perspektywy” z liczbą 608 powołań i awansem o pięć miejsc. Drugie miejsce należy do „Forbesa”, którego inne redakcje cytowały 306 razy, a trzecie do „Pressa”, który uzyskał 256 wzmianek. Na piątym miejscu zestawienia – za sprawą awansu o trzy pozycje i 77 cytowań – znajduje się „Gazeta Bankowa”. Redakcja przeprowadziła wywiad z członkiem Rady Polityki Pieniężnej Ireneuszem Dąbrowskim, który zasugerował, że NBP może chcieć sprzedać na rynku część obligacji kupionych w czasie pandemii. Analizę częstotliwości cytowań poszczególnych mediów w tym miesiącu przeprowadzono na podstawie 70 901 przekazów pochodzących z monitoringu prasy, radia i telewizji oraz portali internetowych. Badanie dotyczy okresu 1-31 stycznia 2024 roku.

OPRAC. GK

Źródło: IMM

Agora wyda wspomnienia Ala Pacino

Wydawnictwo Agora będzie polskim wydawcą książki pt. „Sonny Boy”, zawierającej wspomnienia Ala Pacino. Książka ukaże się w Stanach Zjednoczonych nakładem Penguin Press 8 października 2024 r., w Polsce – miesiąc później, w tłumaczeniu Dariusza Żukowskiego.

W książce aktor opowie m.in. o swoim dzieciństwie w południowym Bronksie, wczesnych artystycznych fascynacjach, narodzinach pasji do aktorstwa i nauce w High School of Performing Arts w Nowym Jorku, a także o pracy w awangardowym nowojorskim teatrze oraz innych dorywczych zajęciach, których potrzebował, aby zarobić na życie. – Bardzo się cieszymy, że udało nam się zdobyć prawa do autobiografii „Sonny Boy” i że trafi ona właśnie do naszego portfolio, w którym znajdują się biografie wybitnych postaci ze świata filmu i sztuki – mówi Paweł Goźliński, redaktor naczelny Wydawnictwa Agora.

„Sonny Boy” będzie jednak opowieścią nie tylko o życiu artystycznej bohemy Nowego Jorku, ale także poruszającą historią chłopaka wychowanego przez kochającą, ale zmagającą się z chorobą psychiczną matkę i przez jej rodziców, po tym jak rodzinę opuścił ojciec. Al Pacino poznał prawdziwe życie nowojorskich ulic, których społeczność stała się jego siłą – aktorstwo zaś stało się jego kołem ratunkowym i pozostało nim zarówno w czasach biedy, jak i bogactwa, w bólu i w radości. Al Pacino był dziewięciokrotnie nominowany do Oscara, m.in. za takie filmy, jak „Ojciec chrzestny”, „Pieskie

popołudnie” i „Irlandczyk”. Zdobył Oscara w 1992 roku za rolę podpułkownika Franka Slade’a w „Zapachu kobiety”, a także cztery Złote Globy (nominowany był dziewiętnaście razy) i dwie nagrody Tony (był trzykrotnie nominowany). Jest także laureatem takich wyróżnień jak Kennedy Center Honor, American Film Institute Lifetime Achievement Award oraz National Merit of Arts od prezydenta Baracka Obamy i Nagrody Złotego Globu Cecil B. DeMille Award za całokształt twórczości w kinie.

RED

REKLAMA



Książka do kolorowania SuperThings Mutant Battle

Cena: 24,99 zł
Wydawca: Ediba Polska Sp. z o.o.

Poznaj nową serię „SuperThings Mutant Battle”! Fala dziwnych, mutujących mocy ogarnęła ulice Kaboom City i wzmocniła niektórych SuperThingsów. Szczególną postacią jest Morph, nie do końca udane dzieło Profesora K. Dzięki wyjątkowej książce do kolorowania „SuperThings” dowiesz się jakie sekrety skrywają bohaterowie kolekcji. Czeka na Ciebie 36 stron pełnych zadań logicznych, kolorowanek oraz opisów nowych postaci z Kaboom City. Do książki dołączone są trzy saszetki SuperThings z najnowszej serii Mutant Battle.



KookyLoos Pet Party

Cena: 49,99 zł
Producent: MAGIC BOX INT. TOYS S.L.U.

Oto 8 zupełnie nowych KookyLoos z serii Pet Party! KookyLoos powracają z supermodnymi strojami oraz zupełnie nowymi minkami i fryzurami. Towarzyszą im ich ulubione zwierzątka! KookyLoos potrafią zmieniać wyraz twarzy za pomocą jednego „kliknięcia” – wystarczy przekręcić im buzie. Każda z laleczek ma aż trzy różne minki! Zawartość opakowania: 1 laleczka, 1 zwierzątko, 1 strój z bucikami.

Luty w sklepach małych formatowych

Jak wynika z danych CMR, w lutym 2024 r. wartość sprzedaży w sklepach małych formatowych do 300 m² była o 4,7% wyższa niż rok wcześniej, a liczba transakcji była nieco wyższa niż rok wcześniej.

JEDEN DZIEŃ WIĘCEJ

Dodatnia dynamika liczby transakcji to jednak nie tylko efekt rekordowo wysokich temperatur, ale też dodatkowego dnia w lutym 2024 r. (rok przestępny). Porównanie równych okresów, czyli 28 pierwszych dni tegorocznego lutego z lutym 2023 r. daje trochę mniej optymistyczne wyniki – liczba transakcji spadła o 3%, natomiast łączne obroty sklepów małych formatowych zwiększyły się tylko o 1%. Najlepszy zarówno pod względem liczby transakcji, jak i obrotów był piątek 16 lutego oraz końcówka miesiąca, czyli dni z najwyższymi temperaturami. Tegoroczna anomalia pogodową widać również popularności kategorii wrażliwych na pogodę – wzrosty sprzedaży w porównaniu z lutym 2023 r. odnotowały m.in. wody i napoje gazowane, znacznie większą popularnością niż przed rokiem cieszyły się także lody (liczba paragonów z tą kategorią wzrosła aż o 25%). Wysokie, jak na luty, temperatury ani nawet dodatkowy dzień lutego nie pomogły jednak przełamać spadków w kategorii piwa (w przeliczeniu na litry sprzedaż spadła o około 1%). Gorzej niż przed rokiem sprzedawały się również wódki czyste (spadek sprzedaży w przeliczeniu na litry aż o 8%), a także smakowe (choć tu spadek wyniósł tylko 1%).

WYSOKIE WZROSTY

Z danych CMR wynika natomiast, że w lutym 2024 r. po raz kolejny wysokie wzrosty, w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r., odnotowały produkty nikotynowe, takie jak płyny, pody i elektroniczne papierosy jednorazowe, a także zyskujące na popularności woreczki nikotynowe.

W czołówce kategorii o najwyższych wzrostach znalazły się również napoje funkcjonalne (z dodatkiem witamin, mikroelementów i innych składników mających korzystny wpływ na zdrowie, wygląd i samopoczucie), a także napojów izotonicznych (przeznaczonych głównie do wzmocnienia i uzupełnienia elektrolitów po wysiłku fizycznym).



IL. GETTYIMAGES

W porównaniu z lutym 2023 r. liczba paragonów, na których znajdowały się napoje funkcjonalne, zwiększyła się o ponad 70%, a izotonicznych o ponad 30%. Niewielkie spadki notują natomiast dotknięte ograniczeniami sprzedaży napoje energetyzujące – w pierwszych ośmiu tygodniach 2024 r. wolumen ich sprzedaży w sklepach małych formatowych obniżył się o 5%. Lepiej niż przed rokiem sprzedawały się również napoje funkcjonalne i izotoniczne, batony funkcjonalne, roślinne zamienniki nabrań, a także drinki gotowe do spożycia. W lutym 2024 r. średnia liczba opakowań w przeciętnym koszyku w sklepach małych formatowych była bardzo zbliżona do tej sprzed roku (wynosiła średnio 3,7 produktu), średnia wartość koszyka wzrosła natomiast o 4,4%, do 23,62 zł.

ELŻBIETA SZAREJKO CMR

* Sklepy małych formatowych do 300 m² obejmują: małe sklepy spożywcze do 40 m², średnie sklepy spożywcze 41-100 m², duże sklepy spożywcze 101-300 m², specjalistyczne sklepy alkoholowe.

Fosforyzujące uniwersum

Pojedyncza kropla wody kryje w sobie barwny podwodny świat składający się z larw lub widłonogów. Większość z nich jest zbyt mała, by dostrzec je gołym okiem. Hiszpański fotograf Angel Fitor uczynił z nich swoją najnowszą pasję...

Absolwent wydziału biologii morskiej obecnie zajmuje się zbieraniem próbek z Morza Śródziemnego w poszukiwaniu inspiracji. Wyobrażałem sobie każdą kroplę wody jak akwarium – powiedział fotograf.

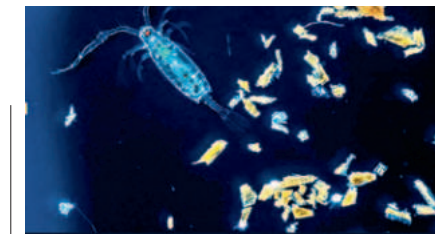
MIKROPRACA

Zdobywanie materiału do kolejnych zdjęć zajęło mu trzy lata. Koniec na też była inwestycja w odpowiednie dostosowanie studia, zapobiegające parowaniu wody i przegrzewaniu się morskich stworzeń. Dlatego zdecydował się na oświetlenie LED i silną klimatyzację. Do badań używa zwykłego mikroskopu i mikropipety.

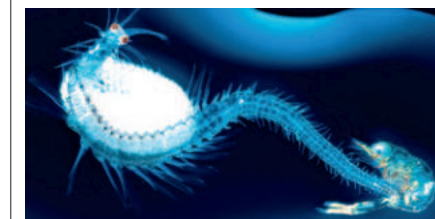
Przy odrobinie szczęścia w próbce znajdował cenny materiał warty uwiecznienia. *Nigdy nie wiadomo, co znajduje się w próbce, dopóki nie umieści się jej pod obiektywem. To jak prawdziwe odkrycie – powiedział Fitor o swojej pracy. Czasami poświęcał nawet osiem godzin na zrobienie jednego zdjęcia.*

UNIKATOWA KOLEKCJA

Powstałe w ten sposób zdjęcia w żywych kolorach, pokazują mieszkańców małych ekosystemów w trakcie różnych czynności – godów, jedzenia czy walki z drapieżnikami. Najczę-



■ Fotografowi udało się uchwycić kawałki materii organicznej wraz z wioślarką należącą do rodzaju widłonogów



■ Nawet w podziemnym królestwie czasami konieczne jest użycie siły... Próbując chronić swoje jaja, wrotek atakuje larwę skorupiaka

ściej udawało się zobaczyć szafira morskiego (*Sapphirina copepod*), wieloszczeta lub larwę krewetki przygotowującą się do zdjęcia.

(RED)

WYDAWNICTWO AMCONEX POLECA:



RZECZPOSPOLITA

KONKURS

SPRZEDAJ WIĘCEJ EGZEMPLARZY „RZECZPOSPOLITEJ”

— WYNIKI LUTY 2024:

Dziękujemy wszystkim, którzy wzięli w nim udział. Publikujemy listę laureatów.

Zwycięzcom gratulujemy!

Zachęcamy do udziału w kolejnych edycjach konkursów organizowanych przez Gremi Media S.A.

miejsce	kwota brutto	imię i nazwisko
1	1000 zł	Katarzyna Lisicka
2	750 zł	Marta Misiak
3	500 zł	Beata Lewińska
4	400 zł	Grażyna Bieńkowska
5	350 zł	Przemysław Zabój
6	300 zł	Jacek Laskowski
7	250 zł	Andrzej Jaremko
8	200 zł	Katarzyna Waluk
9	150 zł	Brigida Janik
10	100 zł	Alicja Karoń

ORGANIZATOREM KONKURSU JEST GREMI MEDIA S.A.
SZCZEGÓŁOWY REGULAMIN KONKURSU JEST DOSTĘPNY NA STRONIE INTERNETOWEJ WWW.NASZKOLPORTER.COM.PL/REGULAMINY
ORAZ PRENUMERATA.RP.PL/KONKURS

Dziennikarz, pisarz, moralista

Albert Camus, autor słynnej powieści „Dżuma”, zanim całkowicie poświęcił się literaturze i otrzymał Nagrodę Nobla, przez wiele lat był dziennikarzem, publicystą i redaktorem francuskojęzycznych czasopism.

WYCHOWANY W BIEDZIE

Albert Camus (1913-1960) był francuskim filozofem, autorem, dramaturgiem, dziennikarzem, i działaczem politycznym. Urodził się w Algierii, która była wówczas kolonią francuską. Pochodził z bardzo biednej rodziny. Nie zdążył poznać ojca, który zginął w 1914 roku podczas I wojny światowej. Po ukończeniu gimnazjum, dzięki pomocy nauczyciela Louisa Germaina uzyskał w 1924 roku stypendium umożliwiające kontynuację nauki w prestiżowym liceum niedaleko Algieru. Camus przez całe życie zachował wielką wdzięczność i sympatię wobec Louisa Germaina, któremu zadedykował swoje przemówienie, gdy w 1957 roku w wieku zaledwie 44 lat odbierał Nagrodę Nobla. W 1933 r. Camus zapisał się na Uniwersytet w Algierze i trzy lata później uzyskał licencjat filozoficzny w 1936 roku, po przedstawieniu pracy o Ploctynie. Jako młody człowiek, w latach 1928-1930, grał na pozycji bramkarza w juniorskiej drużynie Racing Universitaire d'Alger. Kontynuowanie kariery piłkarskiej uniemożliwiła mu zdiagnozowana u niego gruźlica. Jednak aż do śmierci Camus pasjonował się piłką nożną.

W 1938 roku Camus rozpoczął pracę dla lewicowej gazety „Alger républicain”, ponieważ niepokoił go rozwój reżimów faszystowskich w Europie. Kiedy gazeta została zakazana w 1940 roku, Camus poleciał do Paryża, aby objąć nową pracę w czasopiśmie



Albert Camus

„Paris-Soir” jako redaktor składu. Niedługo potem przystąpił do francuskiego ruchu oporu, rozpoczynając pracę jako dziennikarz i redaktor zakazanej przez Niemców gazety „Combat”. Swoje artykuły podpisywał pseudonimem, żeby uniknąć aresztowania. Po wyzwoleniu Francji kontynuował pisanie dla tej gazety, publikując niemal codzienne artykuły redakcyjne już pod swoim prawdziwym nazwiskiem.

ANI LEWICA, ANI PRAWICA

Jako pisarz i dziennikarz Camus był moralistą; twierdził, że moralność powinna kierować polityką. Choć nie zaprzeczał, że moralność zmienia się z biegiem czasu, odrzucił klasyczny pogląd marksistowski, jakoby historyczne stosunki materialne defini-

wały moralność. Camus był także ostro krytyczny wobec marksizmu-leninizmu, zwłaszcza w przypadku Związku Radzieckiego, który uważał za totalitarny. Camus zganił sympatyków modelu radzieckiego i ich „decyzji o nazwaniu wolnością całkowitej niewoli”. Zwolennik libertariańskiego socjalizmu, twierdził, że ZSRR nie jest socjalistyczny, a Stany Zjednoczone nie są liberalne. Jego krytyka ZSRR spowodowała, że wdał się w starcia z innymi przedstawicielami lewicy politycznej, zwłaszcza ze swoim przyjacielem, pisarzem Jean-Paulem Sartre'em.

Autor „Obcego” należał do wielu organizacji dążących do integracji europejskiej. Podczas wojny algierskiej (1954-1962) zachowywał neutralne stanowisko, opowiadając się za wielokulturową i pluralistyczną Algierią. Jego poglądy nie spotkały się z przychylnym przyjęciem ani na prawicy, ani na lewicy, często był we Francji atakowany, a to za brak reakcji na wojnę w ojczystej Algierii, a to za brak zaangażowania lewicowego, a nawet za niemoralność jego książek. Jednak jak napisała w werdykcie Akademia Szwedzka, Camus otrzymał literackiego Nobla za „ogromny wkład w literaturę, ukazującą znaczenie ludzkiego sumienia”.

Albert Camus zginął 4 stycznia 1960 roku w wieku 46 lat w wypadku samochodowym niedaleko Sens, w Le Grand Fossard w małym miasteczku Villeblevin.

GK

FOT. DOMENA PUBLICZNA

TYGODNIK

ANGORA®

WSZYSTKIE
GAZETY
W JEDNEJ!

SUPEREKSAFKTY

Fakt poinformował, że **Monika Pawłowska (40 l.)** oficjalnie objęła mandat po **Mariuszu Kamińskim (58 l.)** i w środę 6 marca złożyła ślubowanie. „Polityczka, która swoją karierę zaczynała w Lewicy, wbrew naciskom ze strony Jarosława Kaczyńskiego zdecydowała się przyjąć ofertę marszałka Szymona Hołowni. Na razie zajęła w Sejmie byłe miejsce Kamińskiego, ale jej polityczna przyszłość wcale nie jest jasna (...). Dzień przed ślubowaniem Pawłowska zapowiadała, że będzie chciała dołączyć do Klubu PiS. W partii nie może jednak liczyć na ciepłe przyjęcie. **Joanna Lichocka (54 l.)** nazwała Pawłowską *postanką dublerką*. – *Sytuacja jest jednoznaczna. Poślem jest Mariusz Kamiński. Pomysł pana marszałka Szymona Hołowni polegające na wprowadzeniu do Sejmu postanki dublerki nie znajdują akceptacji w Prawie i Sprawiedliwości* – stwierdziła Lichocka. Także **Radosław Fogiel (42 l.)** nie pozostał zadowolony z Pawłowskiej. – *Jest 460 posłów, nie ma wolnych mandatów (...)*”.

Jednym z kandydatów w tegorocznych wyborach samorządowych jest **Łukasz Stawicki (41 l.)**. Uczestnik słynnego programu *Big Brother* będzie ubiegał się o mandat radnego Płocka. Startuje z okręgu nr 3 z komitetu wyborczego Trzeciej Drogi PSL-Polska 2050 – dowiadujemy się z *Faktu*. „(...) Stawicki pożegnał się z domem Wielkiego Brata pięć lat temu. Wystąpił w drugiej edycji programu, który powrócił na antenę – w 2019 roku – po ponad 10 latach przerwy. Widzom przedstawił się jako budowlaniec i *twardziel o gołębim sercu*. A co teraz ma sam o sobie do powiedzenia? – *Na co dzień współpracuję z dziećmi, młodzieżą, dorosłymi oraz seniorami, w tym z osobami z niepełnosprawnościami, w zakresie szeroko*

„PAN ŚWIADEK” BEZ WIEDZY I PAMIĘCI



ko pojętej ochrony środowiska, dbając tym samym o ekologię – pisze w materiale wyborczym. Podkreśla również, że jest szefem Stowarzyszenia Ekotremalnie Ekologiczni oraz członkiem Stowarzyszenia ZielonoMi (...). To nie jedyny uczestnik show, który poszedł podobną drogą. Pociąg do polityki poczuł również zwycięzca pierwszej edycji *Big Brothera* Janusz Dzieciół. I choć w 2005 roku nie udało mu się odnieść sukcesu w wyborach parlamentarnych do Senatu, to już w latach 2007 i 2011 z powodzeniem zdobył mandat poselski. Natomiast w 2014 roku był jednym z kandydatów na prezydenta Grzegorzem Brata pięć lat temu. Wystąpił w drugiej edycji programu, który powrócił na antenę – w 2019 roku – po ponad 10 latach przerwy. Widzom przedstawił się jako budowlaniec i *twardziel o gołębim sercu*. A co teraz ma sam o sobie do powiedzenia? – *Na co dzień współpracuję z dziećmi, młodzieżą, dorosłymi oraz seniorami, w tym z osobami z niepełnosprawnościami, w zakresie szeroko*

działała także Manuela Michalak. Najpierw wstąpiła do Unii Wolności, centrowej partii Tadeusza Mazowieckiego i Donalda Tuska, czyli dzisiejszej Platformy Obywatelskiej, a z czasem zasiadała w Radzie Gospodarczej Miasta Lubonia. Z kolei w ubiegłym roku startowała – z ramienia Bezpartyjnych Samorządowców – w wyborach parlamentarnych (...).”

Natalia Niemen (48 l.), jedna z córek wokalisty Czesława Niemena, w 2015 roku postanowiła wesprzeć kandydującego w wyborach prezydenckich **Andrzeja Dudę (51 l.)**, dając koncert podczas jego konwencji. Po latach wokalistka wyznała, że żałuje swojej decyzji. – *To było lata świetlne ode mnie, jaką jestem dzisiaj. Zważywszy na to, że strasznie ważne dla mnie były wartości chrześcijańskie, to ja naprawdę wierzyłam, że Andrzej Duda wprowadzi ten chrześcijański porządek. Ja potem żałowałam. Ale dzisiaj zaliczam to do jakiegoś bogactwa doświadczenia.*

Zebrała: EfKA



Podobno mężczyźni uprawiają seks średnio dwa – cztery razy w tygodniu. Oprócz Eskimosów – oni robią to dwa razy w roku. Ta informacja była dla mnie szokująca. Nie miałem pojęcia, że jestem Eskimosem!

(W. Brytania, Jokes UK)

W zeszłym tygodniu przyszedł do mnie sąsiad. – Słuchaj, mamy identycznie rozplanowane mieszkania, tej samej wielkości... Powiedz mi, ile rolek tapety potrzebowałeś, gdy robiłeś remont salonu? – zapytał. – Trzydzieście – odpowiedziałem. Po tygodniu wrócił zły. – Zostały mi trzy nadmiarowe! – krzyczał. – Mnie też – odparłem.

(W. Brytania, Jokes UK)

W naszej firmie obowiązują dwie zasady. Po pierwsze: nigdy się nie poddawać, po drugie: pamiętać po pierwsze.

(Włochy, paginainizio.com)

Czy to nie jest nieco przerażające, że lekarze to, co robią, nazywają „praktyką”?

(W. Brytania, LMAO)

Dzisiaj mija mi 100 dni trzeźwości. Oczywiście nie z rzędu, tylko tak ogólnie!

(W. Brytania, Jokes UK)

Starzej się, kiedy przychodzisz na aukcję antyków i trzy osoby zaczynają cię licytować...

(W. Brytania, Jokes UK)

– Dlaczego mówicie na siebie 007?

– 0 kompetencji, 0 motywacji, 7 przerw na kawę.

(Włochy, Facebook)

Nigdy nie myślałem, że będę typem osoby, która wstaje o świcie i ćwiczę. No i miałem rację – nie jestem!

(W. Brytania, Jokes UK)

Myślałem, że zobaczyłem wczoraj na własne oczy superbohatera – pierwszego w życiu. Biegł po ulicy w pelerynie. Ale potem się okazało, że to po prostu gość, który nie zapłacił za strzyżenie...

(W. Brytania, Jokes UK)

– Czemu pan spóźnił się do pracy?

– Gdy zadzwonił budzik, tak mocno uderzyłem głową w poduszkę, że zemlałem jeszcze na kwadransik.

(Włochy, WhatsApp)

Zatrzymałem się przed blokiem na plotki z piękną sąsiadką, która do mnie zamachała z góry. A ona tylko myła okno!

(Włochy, WhatsApp)

Znacie to chińskie przysłowie, że słaby szuka zemsty, silny – przebacza, a inteligentny puszcza w niepamięć? Właśnie muszę je przypomnieć mojej silnej i inteligentnej żonie.

(Włochy, WhatsApp)



ŚWIADEK KACZYŃSKI. Prezes PiS-u stawiał się i zeznawał przed komisją ds. Pegasusa.



KONIEC TARCZY. Od 1 kwietnia przestaje obowiązywać zerowy VAT na żywność



UWAGA, KIEROWCY! Ropuchy rozpoczęły migrację i ruszyły z zimo-wisk do zbiorników wodnych.



WSPÓLNE INTERESY. Prezydent Andrzej Duda i premier Donald Tusk spotkali się z prezydentem Joe Bidem w Waszyngtonie – czytaj str. 72.



ZMIANY W KODEKSIE KARNYM. Za jazdę po alkoholu grozi konfiskata auta



Marcin Margielewski
„Sekrety arabskich kurortów”

Ringier Axel Springer Polska

W ramach serii „Fakt Bestseller” ukazała się książka Marcina Margielewskiego „Sekrety arabskich kurortów”.

Praca rezydenta turystycznego w krajach arabskich wydaje się pozbawiona wad. Podróże,

piękne miejsca, niekończące się wakacje, a w dodatku jeszcze za to płacą. Owszem, jest w tym sporo prawdy, ale niektórzy turyści potrafią zmienić tę bajkę w istny koszmar. A i ten okazuje się niczym, gdy przypadkowo wejdzie się w konflikt z arabskim prawem, co może się zdarzyć nawet tym, którzy bardzo dobrze znają jego zasady. Pracująca w Dubaju doświadczona rezydentka wybiera się do Polski, by odwiedzić rodzinę, ale na lotnisku zostaje zatrzymana przy bramkach. Coś, co wygląda jak zwykle nieporozumienie, okazuje się sprawą kryminalną. Kobieta trafia do niewoli dostaje trzydzieści dni, by udowodnić swoją niewinność.

Margielewski jest autorem bestsellerowych książek, m.in. „Jak podrywają szejkwowie” i „Byłam arabską stewardesą”.



Tess Gerritsen
„Ścigana”

Ringier Axel Springer Polska

Ukazał się nowy numer serii „Fakt dla kobiet”. To książka Tess Gerritsen pt. „Ścigana”.

Clea nie jest grzeczną dziewczynką. Od dziecka uczyła się złodziejskiego fachu, dwa razy trafiła za kratki. Teraz postanawia rozpocząć nowe, uczciwe życie, ale wplątuje się w groźną międzynarodową aferę. Policja nie wierzy w jej wersję wydarzeń, a dla przestępców jest niewygodnym świadkiem. Musi zdobyć dowody swojej niewinności, dlatego włamuje się do posiadłości jednego z podejrzanych. Na miejscu zaskakuje ją... inny włamywacz. Złodziej, zabójca czy niespodziewany sprzymierzeniec?

Tess Gerritsen to amerykańska pisarka, z zawodu lekarz internista. W 1987 r. opublikowała pierwszą powieść, romans z wątkiem kryminalnym. Kariera pisarska Gerritsen nabrała rozpędu w 1996 r., gdy ukazał się jej pierwszy thriller medyczny „Harvest” („Dawca”), do którego prawa filmowe zakupiła wytwórnia Paramount. Wydała m.in. powieści: „Grawitacja”, „Skalpel”, „Grzesznik”.

Tess Gerritsen to amerykańska pisarka, z zawodu lekarz internista. W 1987 r. opublikowała pierwszą powieść, romans z wątkiem kryminalnym. Kariera pisarska Gerritsen nabrała rozpędu w 1996 r., gdy ukazał się jej pierwszy thriller medyczny „Harvest” („Dawca”), do którego prawa filmowe zakupiła wytwórnia Paramount. Wydała m.in. powieści: „Grawitacja”, „Skalpel”, „Grzesznik”.



Katarzyna Puzyńska
„Bezgłos”
 Prószyński Media

„Bezgłos” to mroczniejsza odsłona charakterystycznej dla Katarzyny Puzyńskiej opowieści o pozornie sielskim małym miasteczku. Horror miesza się tu z kryminałem i wątkami słowiańskimi. Jak zwykle jednak najważniejsi są ludzie.

Julia Wilk przyjeżdża do niewielkiej miejscowości pod Brodnicą, mając nadzieję, że tu nikt nie rozpozna w niej morderczynie i będzie mogła pozbyć się poczucia winy. Nie wie, że miasteczko Wieszcze ma więcej sekretów niż ona sama. Już pierwsza noc przynosi przerażającą wizytę i burzy idylliczną wizję rozpoczęcia nowego życia. Wydaje się, że wystarczy przetrwać do rana. Czy na pewno? Wschód słońca nad Wieszczami jest wyjątkowo piękny. Tylko że rankiem jest już za późno na ucieczkę. Julia jeszcze o tym nie wie, ale kto raz wjedzie do miasteczka, już go nie opuści. Julia znajduje ciało zamordowanej kobiety. Kilka godzin później wszelkie ślady po jej śmierci zostają dokładnie usunięte. A może w ogóle nigdy jej w miasteczku nie było?



Wojciech Chmielarz,
Jakub Ćwiek
„Niech to usłyszą”
 W.A.B.

„Niech to usłyszą” to wspólna książka Wojciecha Chmielarza i Jakuba Ćwieka, mistrzów kryminału!

Przerażający telefon do radiowego studia i dziennikarskie śledztwo, które prowadzi między największe polskie gwiazdy i celebrytów. Obsesja, która może kosztować ludzkie życie. Brutalna zbrodnia i tajemnica skrywana przez lata. W czasie sesji nagraniowej Maggie, sławna piosenkarka, zostaje uprowadzona przez zamaskowanego napastnika. Nieoczekiwanie udaje jej się dodzwonić do jednej ze stacji radiowych. Przerażona kobieta domaga się wpuszczenia na antenę – jeśli to nie nastąpi, zostanie zabita. Brutalny porywacz stawia kolejne warunki: jeśli Maggie ma przetrwać, cała Polska musi wysłuchać kolejnych fragmentów jego historii. Będzie dzwonił codziennie... Zagadkę chcą rozwikłać Edyta, reporterka rozgłośni, oraz Artur, autor kryminałów i podkaster. Komu można zaufać, a kto okaże się zdrajcą? Czy świat usłyszy opowieść tajemniczego mężczyzny w masce?

Przerażający telefon do radiowego studia i dziennikarskie śledztwo, które prowadzi między największe polskie gwiazdy i celebrytów. Obsesja, która może kosztować ludzkie życie. Brutalna zbrodnia i tajemnica skrywana przez lata. W czasie sesji nagraniowej Maggie, sławna piosenkarka, zostaje uprowadzona przez zamaskowanego napastnika. Nieoczekiwanie udaje jej się dodzwonić do jednej ze stacji radiowych. Przerażona kobieta domaga się wpuszczenia na antenę – jeśli to nie nastąpi, zostanie zabita. Brutalny porywacz stawia kolejne warunki: jeśli Maggie ma przetrwać, cała Polska musi wysłuchać kolejnych fragmentów jego historii. Będzie dzwonił codziennie... Zagadkę chcą rozwikłać Edyta, reporterka rozgłośni, oraz Artur, autor kryminałów i podkaster. Komu można zaufać, a kto okaże się zdrajcą? Czy świat usłyszy opowieść tajemniczego mężczyzny w masce?

Zagadkę chcą rozwikłać Edyta, reporterka rozgłośni, oraz Artur, autor kryminałów i podkaster. Komu można zaufać, a kto okaże się zdrajcą? Czy świat usłyszy opowieść tajemniczego mężczyzny w masce?

Kwietniowy numer
„Czwartego Wymiaru”
już w sprzedaży!



A w nim m.in.:

- rozmowa z Januszem Zagórskim o UFO;
- wybrańcy boga gromów;
- widome znaki ludzkiej duszy;
- ścieżki spełnionego życia;
- Titanic – w pętli przeznaczenia?
- anielskie liczby;
- szamanizm nepalski;
- Germańska Medycyna;
- ludzie salamandry;
- moc włosów u Słowian;
- prawdziwe olbrzymy;
- spotkania z osobliwymi istotami.

Ponadto każdy numer zawiera HOROSKOP NA BIEŻĄCY MIESIĄC, PORADY ZDROWOTNE, TAJEMNICZE HISTORIE, FASCYNUJĄCE ROZMOWY, RECENZJE FILMÓW, KSIĄŻEK i wiele innych!

ZAMÓW DO SWOJEGO PUNKTU I POLECAJ KLIENTOM

Bezpiecznie w społecznościach

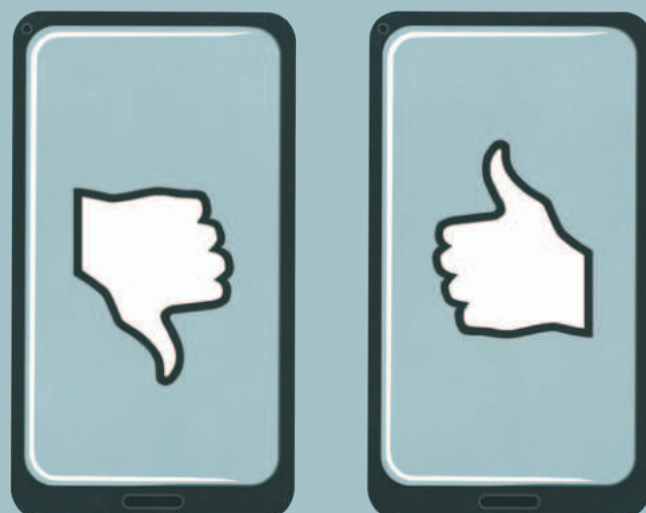
Media społecznościowe są ważnym narzędziem komunikacji, pozwalają na bieżący kontakt ze znajomymi, rodziną. Ale zapewniają także dostęp do najnowszych wiadomości. Często są także wykorzystywane do celów służbowych.

Dzisiejsze media społecznościowe to narzędzia o olbrzymim zasięgu, umożliwiające dotarcie do nowych klientów. To miejsca, gdzie użytkownicy mogą nawiązywać kontakty, dzielić się opiniami i informacjami oraz tworzyć społeczności internetowe. Najpopularniejszymi platformami mediów społecznościowych są Facebook, Instagram, X (wcześniej Twitter), LinkedIn, Snapchat, TikTok czy YouTube. Ich oddziaływanie ma ogromną siłę.

Korzystanie z mediów społecznościowych może być przyjemne i pożyteczne, ale **istnieją również zagrożenia i niebezpieczeństwa** takie, jak: **wycieki danych, kradzież tożsamości, utrata dostępu do swoich danych**. Większość działań na platformach opiera się o nasze prywatne dane – począwszy od rejestracji, udostępniania zdjęć, postów, aktualności z życia. Te dane są bardzo atrakcyjne dla cyberprzestępców. Dlatego niezwykle istotna jest wiedza o tym, jak zarządzać ustawieniami bezpieczeństwa i prywatności na swoich kontach, aby zapewnić sobie bezpieczeństwo.

WARTO PRZESTRZEGAĆ KILKU ZASAD:

1. Ustaw silne hasło: używaj unikalnego i trudnego do odgadnięcia hasła do logowania na swoje konta w mediach społecznościowych.
2. Ogranicz dostęp do konta: uaktywnij dwuskładnikowe uwierzytelnianie na wszystkich swoich kontach. Z uwierzytelniania dwuskładnikowego można korzystać w większości serwisów społecznościowych



IL. GETTYIMAGES

3. Ogranicz udostępnianie danych osobowych: nie podawaj zbyt wielu informacji o sobie, takich jak adres czy numer telefonu. Opublikuj tylko to, co chcesz, aby inni widzieli.
4. Korzystaj z ustawień prywatności: praktycznie wszystkie serwisy społecznościowe posiadają rozwiązania w zakresie zwiększania prywatności – aktywuj je i skonfiguruj swoje konto w mediach społecznościowych tak, aby tylko wybrani użytkownicy mieli dostęp do Twoich postów i informacji.
5. Dodawaj do listy swoich znajomych wyłącznie osoby, które rzeczywiście znasz i którym ufasz: uważaj na zaproszenia od osób, których nie znasz osobiście. Pamiętaj, że przyjmując nową osobę do grupy swoich znajomych, najczęściej domyślnie udostępniasz jej swoje prywatne zdjęcia oraz informacje o sobie.
6. Uważaj na linki: nie klikaj w podej-

rzane linki, które mogą prowadzić do stron phishingowych lub zawierających złośliwe oprogramowanie.

7. Nie udostępniaj zbyt wielu informacji o swoich planach: unikaj informowania publicznie o swoich wyjazdach czy długotrwałych nieobecnościach w domu, aby uniknąć kradzieży.
8. Regularnie sprawdzaj swoje konta: monitoruj swoje konta w mediach społecznościowych, aby szybko zauważyć nieautoryzowane aktywności.

Pamiętaj, że bezpieczeństwo w sieci zależy głównie od Twojej świadomości i ostrożności. Bądź czujny i korzystaj z mediów społecznościowych z rozsądkiem, aby cieszyć się korzyściami płynącymi z tej formy komunikacji, jednocześnie dbając o swoje bezpieczeństwo i prywatność.

MONIKA TOŚTA

Źródło: gov.pl/cyfrzyzacja



SAGA LUDZIACH LODU



**1. TOM SAGI
OD 2 KWIECZNIA W SPRZEDAŻY**



**2. TOM SAGI
OD 16 KWIECZNIA W SPRZEDAŻY**



Zamów w oddziale Kolportera i polecaj swoim klientom

Losy Ludzi Lodu śledzimy przez wiele pokoleń, odkrywając kolejne fragmenty zagadki, która otacza ten tajemniczy ród. Każdy tom wnosi nowe emocje, napięcie i zaskakujące zwroty akcji, tworząc niezwykłą opowieść o dziedzictwie, miłości i magii.

Quiz omnibusów



W kwietniu proponujemy Wam quiz dla omnibusów, w którym znalazły się pytania z takich dziedzin, jak historia, geografia, film, literatura czy mitologia. Prawidłowe odpowiedzi, jak zawsze, zamieściliśmy na dole strony. Miłej zabawy!



1. W polskim Senacie zasiada:

- a) 50 senatorów
- b) 100 senatorów
- c) 200 senatorów

2. Walutą obowiązującą w Japonii jest:

- a) jen
- b) yuan
- c) dolar

3. W tym roku najwięcej Oscarów (7) zdobył film:

- a) „Biedne istoty”
- b) „Anatomia upadku”
- c) „Oppenheimer”

4. Najmniejszym kontynentem jest:

- a) Europa
- b) Antarktyda
- c) Australia

5. Słynny Dywizjon 303 brał udział w:

- a) lądowaniu w Normandii
- b) bitwie o Anglię
- c) bitwie o Monte Cassino

Ocena odpowiedzi (za każdą poprawną odpowiedź 1 pkt.).

8-10 pkt. /10 - Znakomicie! Zaimponowałaś nam swoją wiedzą ogólną!

6-7 pkt./10 - Jest dobrze. Nie masz powodu do wstydu.

4-6 pkt./10 - Nie jest źle, ale dobrze też nie.

1-3 pkt. /10 - Mamy nadzieję, że w kolejnym quizie pójdziesz Ci znacznie lepiej.

6. Najstarszą religią jest:

- a) islam
- b) chrześcijaństwo
- c) judaizm

7. Gnomon to:

- a) zegar słoneczny
- b) gatunek drzewa
- c) inaczej krasnal

8. „Czerwoną Planetą” nazywany jest:

- a) Jowisz
- b) Saturn
- c) Mars

9. Pokarm zapewniający greckim bogom nieśmiertelność to:

- a) panaceum
- b) ambrozja
- c) elixir vitae

10. Tomasz Judym jest bohaterem:

- a) „Ludzi bezdomnych”
- b) „Przedwiośnia”
- c) „Syzyfowych prac”

FOT. DOMENA PUBLICZNA

Odpowiedzi: 1b, 2a, 3c, 4c, 5b, 6c, 7a, 8c, 9b, 10a.

REKLAMA

SIŁA I MOC NATURY JEST W TOBIE!
Wyjątkowy miesięcznik dla kobiet

WROŻKA

HOROSKOP NA KWIECIEŃ

BARAN



Nie zdołasz zrealizować swoich planów. Nie pozostanie ci nic innego, jak czekać. Czekanie umiłą ci, Baranie, przyjaciele i rodzina, choć będziesz mieć przez nich więcej obowiązków. Odpoczniesz w ramionach partnera.

LEW



Nie wszystkim spodoba się twoje pomysły, czasem będziesz musiał, Lwie, z nich zrezygnować lub ustąpić komuś pola. Nowe znajomości okażą się bardzo obiecujące. W stałych związkach ogień zaplonie na nowo!!!

STRZELEC



Rutyna w pracy może ci, niestety, doskwierać, ale wystrzegaj się nieprzemyślanych działań. Zatrósz się lepiej o zdrowie, zrób sobie badania. Nowi znajomi okazać się mogą bardziej atrakcyjni od starych przyjaciół. W sercu sielanka.

BYK



Dostrzeżesz możliwości, których dotychczas nie wykorzystywałeś. I wykorzystasz, zamieniając konkurencję w pył. Niestandardowe metody przyniosą ci sukces. W domu czeka cię wiele zmian, ale na lepsze. Miłość już cię szuka.

PANNA



Trzeba będzie przysiąc nad papierami lub czegoś się nauczyć. Poradzisz sobie, Panno, bez trudu, ale rodzina może marudzić, bo w domu nie będzie z ciebie pożytku. Między tobą a partnerem powieje chłodem. Pilnuj bardzo portfela.

KOZIOROŻEC



Poprawią się relacje z szefem i z kolegami. Twoja pomoc i rada okażą się bezcenne. Bardziej zbliżysz się także do rodziny i przyjaciół, kogoś przyjmiesz pod swój dach. Twój związek, niestety, wejdzie w ostry zakręt!

BLIŹNIĘTA



Nic nie przyjdzie ci łatwo ani szybko. Przygotuj się na blokady, opóźnienia, poprawianie różnych rzeczy. Nerwy ukoj romantyczny czas z drugą połową. Pora wyciągnąć do kogoś rękę na zgodę.

WAGA



Współpraca w grupie ułoży się doskonale. Dogadasz się z każdym i wiele się od innych nauczysz. W towarzystwie wzrośnie twoja popularność i powodzenie w miłości. Uważaj, partner może być mocno zazdrosny.

WODNIK



Za wszelką cenę zechcesz się wyróżniać, co nie zawsze wyjdzie ci na dobre. Czasem lepiej się nie wychylać. Pamiętaj o tym! Zamarzą ci się dalekie podróże lub przeprowadzka. W miłości też spróbujesz czegoś nowego.

RAK



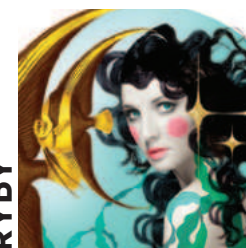
Czeka cię dużo pracy, ale z efektów będziesz bardzo dumny. Pod warunkiem, że nie pokłócisz się z szefem. Kilka słów prawdy możesz usłyszeć od rodziny. Może warto je przemyśleć. Samotny? Koniecznie bywaj wśród ludzi.

SKORPION



Odniesiesz sukces, choć w inny sposób i w innej dziedzinie, niż się tego spodziewasz. W domu nic nie zdoła wyprowadzić cię z równowagi. Z partnerem przeżyjecie niejedną napiętą chwilę. Inwestuj w siebie.

RYBY



Uporasz się z zaległościami. Lecz nic ponadto. Całą energię poświęcisz, Rybo, na porządku w domu lub w ogrodzie. Starczy ci jej jeszcze na wycieczki i sport. To dobrze! Przyjaciele, rodzina i partner będą ci towarzyszyć.

www.astronomia.pl



FOT. ARCHIWUM

Tego dnia Kolporter otworzył w Gdańsku pierwszy własny punkt sprzedaży. W tamtym czasie firma nie miała jeszcze swoich saloników prasowych, tylko kioski z logo i w firmowych barwach. Nie zachowało się zdjęcie punktu sprzedaży w Gdańsku, na archiwalnej fotografii jest kiosk Kolportera przy ul. Marszałkowskiej w Warszawie.



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
83-021 Przejazdowo,
ul. Brzozowa 2
tel. 58 732 51 22
gdansk@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ KATOWICKI
DYSTRYBUCJI PRASY
40-382 Katowice
ul. Rożdżeńska 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
kielce@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ KOSZALIŃSKI
DYSTRYBUCJI PRASY
75-736 Koszalin
ul. Gnieźnieńska 74
tel. 58 732 51 22
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 Gojawicyńskiej 22
tel. 42 288 04 11,
fax 42 288 04 14
lodz@kolporter.com.pl

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

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

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

ODDZIAŁ WARSZAWSKI
DYSTRYBUCJI PRASY
05-080 Izabelin, Mościska
ul. Bakaliowa 3
tel. 22 355 04 00
Prenumerata:
22 35 504 69; 22 35 504 74
warszawa@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ WROCŁAWSKI
DYSTRYBUCJI PRASY
55-080 Mokronos Dolny
Ul. Przyjazna 2
tel. 71 73 44 501
fax 71 73 44 530
wroclaw@kolporter.com.pl

ODDZIAŁ ZIELONOGÓRSKI
DYSTRYBUCJI PRASY
65-001 Zielona Góra
Al. Zjednoczenia 102 B
tel. 68 413 09 28
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

POZNAJ NOWE...

Kookyloos®

PET PARTY
SERIES

TV
KAMPANIA REKLAMOWA 360°



LALECZKA MA 3 RÓŻNE MINKI!

ZAMÓW NOWĄ SERIĘ KOOKYLOOS DO SWOJEGO PUNKTU, SKONTAKTUJ SIĘ Z BIUREM OBSŁUGI KLIENTA!

CENA: 49,99 ZŁ



DISPLAY ZAWIERA 6 LALECZEK.



8 LALECZEK DO ZEBRANIA



WWW.MAGICBOXINT.COM



DOŁĄCZ DO NAS NA FB I INSTAGRAMIE
MAGICBOX POLSKA



USŁUGI TRANSPORTOWE

transport@kolporter.com.pl



USŁUGI MAGAZYNOWE

magazyn@kolporter.com.pl



DYSTRYBUCJA PRASY I KSIĄŻEK

prasa.ogolnopolska@kolporter.com.pl

prasa.lokalna@kolporter.com.pl

ksiazka@kolporter.com.pl

PRENUMERATA

prenumerata.warszawa@kolporter.com.pl