



— il. 1. K. Hee-Kyung, *Dom duszy: Maum*, il. I. Chmielewska, wyd. Changbi Publishers, Paju-si (Korea) 2011. Fot. J. Chmielewski

# Wpływ czynników ekonomicznych na aktualny rozwój ilustracji książkowej. Analiza zjawiska na przykładzie twórczości Iwony Chmielewskiej

Magdalena Howorus-Czajka

**P**rawidła gospodarcze, jakie kształtują rynek wydawniczy w Polsce po 1989 r., są bezlitosne dla artystów, a także dla wydawców oraz odbiorców o ambitniejszych oczekiwaniach. Sytuacja ekonomiczna oficyn znacznie pogorszyła się po 2011 r., kiedy to wprowadzono 5-procentowy podatek VAT. Liberalizm gospodarczy sprzyja produkcji masowej książek o wątpliwych walorach artystycznych. Mimo braku poprawy tego stanu rzeczy wciąż możemy natknąć się w księgarniach na publikacje piękne i mądre. Inicjatywy te, choć przygniatane przez zalew wytworów marnych zarówno pod względem treściowym, jak i estetycznym, odbieram jako przejawy niegasnącej ambicji podtrzymania chlubnej tradycji Polskiej Szkoły Ilustracji<sup>1</sup>. Wyraża się tu również troska o wartości kulturowe, w tym pedagogiczne<sup>2</sup>.

Właśnie fenomen istnienia książki pięknej pod względem plastycznym w niekorzystnych warunkach ekonomicznych, jakie obecnie przeżywamy w Polsce, będzie tematem niniejszego tekstu. Zdaję sobie sprawę, że ramy artykułu uniemożliwiają wyczerpanie tego złożonego zagadnienia, dlatego też zdecydowałam się na ograniczenie rozważań do analizy wpływu czynników ekonomicznych rynku wydawniczego na prace jednej autorki – Iwony Chmielewskiej. Biografia artystyczna tej ilustratorki dobitnie wykazuje istnienie mechanizmów rynkowych, które mogą stymulować lub blokować rozwój twórczy.

Już na wstępie chciałabym zastrzec, że niniejszy wywód będzie prowadzony z punktu widzenia historyka sztuki, a nie ekonomisty. Sądzę, że nie można bagatelizować warunków gospodarczych w badaniach nad sztuką, ponieważ wybory dokonywane przez autorów są często dyktowane względami nie tylko artystycznymi, lecz także społecznymi, ekonomicznymi, psychologicznymi czy technologicznymi. Wielość czynników składa się na efekt końcowy – dzieło sztuki. Jak to napisał Piotr Rypson: „książka jest produktem rozwoju naszej kultury”<sup>3</sup>.

Przeżywany obecnie kryzys gospodarczy nie ominął polskiego rynku wydawniczego<sup>4</sup>. Oficyny w walce o byt przyjęły podobne strategie: modernizują struktury, dbają o nowoczesną promocję i dystrybucję oraz



<sup>1</sup> Na temat dorobku i znaczenia Polskiej Szkoły Ilustracji powstało wiele opracowań. Od chwili jej powojennych narodzin pisali o niej znani historycy sztuki, m.in. **A. Banach** (*O ilustracji*, Kraków 1950), **J. Guze** (*Ilustracja dla dzieci*, „Świat” 1961, nr 6, s. 15), **I. Witz** (*Grafika w książkach „Naszej Księgarni”*, Warszawa 1964). Nie zabrakło także studiów o charakterze przekrojowym, np. *Polska ilustracja książkowa*, Warszawa 1964; **E. Skierkowska**, *Współczesna ilustracja książki*, Wrocław 1969; *Kolorowy świat – ilustracje w książkach „Naszej Księgarni” 1921–1971*, red. **Z. Rychlicki**, Warszawa 1972; **A. Spudowska**, *Rozwój ilustracji współczesnej*, „Wychowanie w Przedszkolu” 1981, nr 11; **eadem**, *Rozwój sztuki ilustratorskiej w Polsce powojennej*, „Wychowanie w Przedszkolu” 1982, nr 1; **eadem**, *Rozwój sztuki ilustratorskiej w Polsce powojennej*, „Wychowanie w Przedszkolu” 1982, nr 4/5; *Polska ilustracja dla dzieci. Wystawa z okazji Czterdziestolecia Polski Ludowej*, red. **O. Siemaszko** [et al.], [s. l.] 1985; **A. Wincencjusz-Patyna**, *Stacja ilustracja. Polska ilustracja książkowa w latach 1950–1980. Artystyczne kreacje i realizacje*, Wrocław 2008; *Artyści polskiej książki. 50 lat konkursu Polskiego Towarzystwa Wydawców Książek*, red. **K. Iwanicka**, Warszawa 2009.

<sup>2</sup> Zagadnienie książki obrazkowej jest często poruszane przez badaczy z dziedziny pedagogiki, psychologii czy socjologii. Pionierem w historii studiów powojennych dotyczących tej kwestii wydaje się **S. Szuman** (*Ilustracja w książkach dla dzieci i młodzieży: zagadnienia estetyczne i wychowawcze*, Kraków 1951). Do licznego zbioru publikacji na ten temat należą m.in. *Sztuka dla najmłodszych: teoria – recepcja – oddziaływanie*, red. **M. Tyszkowa**, Warszawa-Poznań 1977; **I. Słońska**, *Psychologiczne problemy ilustracji dla dzieci*, Warszawa 1977;



**K. Głombowski**, *Książka w procesie komunikacji społecznej*, Wrocław 1980; **D. Karny**, *Kilka uwag o ilustracjach w książkach dla dzieci*, „Plastyka w Szkole” 1984, nr 3; **eadem**, *Ilustracja książkowa a wartość literatury dla najmłodszych*, „Tekst” 1995, nr 1; **E. Rutkiewicz**, *Chętniej sięgnę po książkę z ciekawymi ilustracjami*, „Plastyka w Szkole” 1984, nr 4; **eadem**, *O ilustracji w książce*, „W Kręgu Książki” t. 6 (1986); **eadem**, *Ilustracje w książkach dla dzieci*, „Poradnik Bibliotekarza” 2001, nr 4; **E. Szefler**, *W jaki sposób obrazki opowiadają baśń? (O informacyjności przekazu obrazowego w książkach dla dzieci)*, „Kultura i Edukacja” 1991, nr 2/3; **eadem**, *Rola ilustracji w poznawaniu lektury szkolnej*, „Guliwer” 1993, nr 2; **eadem**, *Jeszcze raz o Cudaczku, czyli jaka nie powinna być ilustracja w lekturze szkolnej*, „Biblioteka w Szkole” 1994, nr 1; **eadem**, *Książka literacka dla dziecka w edukacji wczesnoszkolnej: próba oceny i propozycje wykorzystania*, Bydgoszcz 1998; **M. Cackowska**, *Książka obrazkowa dla dzieci*, [w:] *Pedagogika wczesnoszkolna – dyskursy, problemy, rozwiązania*, red. **D. Klus-Stańska**, **M. Szczepka-Pustkowska**, Warszawa 2009; **eadem**, *O pojęciu i pojmowaniu książki obrazkowej na świecie i w Polsce*, [w:] *Przestrzenie teraźniejszości i ich społeczno-edukacyjne sensy*, red. **M. Szczepka-Pustkowska**, **M. Lewartowska-Zychowicz**, **A. Kozyrkowska**, Toruń 2010; **eadem**, *Polityka i dziecięca wyobraźnia, czyli o możliwej edukacji seksualnej w książkach obrazkowych dla dzieci*, [w:] *Wychowanie przez świat fikcyjny dla świata rzeczywistego*, red. **E. Rodziewicz**, **M. Cackowska**, Gdańsk 2011; **M. Kociuba**, *Antropologia poznania obrazowego*, Lublin 2010.

<sup>3</sup> **P. Rypson**, *Książki i strony. Polska książka awangardowa i artystyczna w XX wieku*, Warszawa 2000, s. 7.

<sup>4</sup> Znaczący spadek wartości rynku wydawniczego zanotowano w r. 2009 (11,8% – do 69 mln zł). W 2008 r. udało się prawie odrobić straty (75 mln zł). Jednak 2011 zadał kolejny cios (spadek o 10,7% – do ok. 67 mln zł); zob. *Książka dla dzieci i młodzieży oraz lektury szkolne*, [http://badanie2011.rynek-ksiazki.pl/wydawnictwa/ksi—zka—dla—dzieci—i—m—odzie—zy—oraz—lektury—szkolne—nbsp\\_305.html](http://badanie2011.rynek-ksiazki.pl/wydawnictwa/ksi—zka—dla—dzieci—i—m—odzie—zy—oraz—lektury—szkolne—nbsp_305.html) (data dostępu: 26 VIII 2013).

<sup>5</sup> Zob. **P. Pustkowiak**, *Raport „Wprost” o rynku wydawniczym*, <http://www.wprost.pl/ar/389934/Raport—Wprost—o—rynku—wydawniczym/?pg=3> (data dostępu: 5 IX 2013).

<sup>6</sup> Zob. *Książka dla dzieci...*

rozszerzają ofertę. Skuteczny marketing przejawia się m.in. w zabieganiu o klienta. Podejmowane są rozmaite formy zwiększenia liczby nabywców, takie jak budowanie własnych klubów książki czy rozwijanie sprzedaży wysyłkowej. Do działań sprzyjających zwiększeniu oferty należy nie tylko poszerzanie tematyki publikacji, ale również wprowadzanie nowych formatów: e-booków i audiobooków<sup>5</sup>.

Mimo tych działań wyniki badania przeprowadzonego przez Bibliotekę Analiz w 2012 r.<sup>6</sup> nie napawają optymizmem, szczególnie w – najbardziej interesującym dla niniejszej pracy – segmencie książki dziecięcej i młodzieżowej. Zanotowano spadek jego wartości aż o 27,5% (z 222 do 161 mln zł, wykluczony lektury szkolne). Ten słaby rezultat ekonomiczny zaistniał mimo rosnącej liczby tytułów publikowanych w ubiegłym roku. Pozycje ukazywały się bowiem w mniejszym (o 1/3 niż w 2009 r.) nakładzie, za to po wyższej cenie. Proces gaśnięcia rynku wydawniczego ma swoje przyczyny w latach poprzednich. W 2011 r. większość oficyn zanotowała straty<sup>7</sup>. Na tym tle cieszą sukcesy Wydawnictwa Olesiejuk, Jaguara czy zasłużonej dla ilustracji polskiej Naszej Księgarni. To pierwsze zawdzięczało swoje sukcesy praktykom marketingowym, np. sprzedaży prowadzonej w hipermarketach i w sieciach dyskontowych. Ponadto jego działalność oparta jest w dużym stopniu na publikowaniu książek licencyjnych i koedycyjnych<sup>8</sup>, lecz takie działania, niestety, przyczyniają się pośrednio do hamowania rodzimej ilustracji książkowej.

Analitycy segmentu rynku wydawniczego, jakim jest książka dziecięca i młodzieżowa, traktują go całościowo, czyli jako fragment literatury<sup>9</sup>. W tak rozszerzonych badaniach znaczące miejsce zajmują sukcesy takie jak *Harry Potter* czy *Zmierzch*. Natomiast w mojej pracy wykluczam tę grupę publikacji, gdyż osią organizującą niniejsze rozważania jest ilustracja książkowa dla dzieci. Z tego też powodu bardziej istotne są dla mnie wyniki ekonomiczne wydawnictw w publikacjach dla najmłodszych. Tu również odnotowano spadek (z 74 mln do 53 mln zł). Analitycy rynku wyróżniają w tej grupie następujące typy: bajki, baśnie, rozmaite książeczki z ilustracjami, w tym te, które towarzyszą premierom popularnych filmów, seriali, a nawet dobranocek<sup>10</sup>. Ostatnia część przytoczonej tu listy stanowi wyjątkowo dochodową składową rynku. Jeżeli jednak weźmie się pod uwagę jej wpływ na rozwój rodzimej ilustracji książkowej, to jest właściwie jałowa.

Zestawienia i statystyki opracowywane przez specjalizujące się w tym zespoły przedstawiają ruch wydawniczy w suchych liczbach. Tym matematycznym z natury analizom umyka jednak interesujący mnie aspekt jakości wizualnej poszczególnych publikacji pojawiających się na rynku. Z tej subiektywnej wartości trudno jest statystykom uczynić aspekt kluczowy. Przeglądając księgarniane półki, zauważymy, że najliczniejsza grupa książek dla dzieci charakteryzuje się specyficznym formą graficzną, wyróżniającą się komiksowym stylem (bynajmniej niepretendującą do miana sztuki komiksu), jaskrawą kolorystyką, prymitywnym konturem wypełnionym płaską plamą barwną, nagminnym

stosowaniem szablonów komputerowych i wszechobecnym naśladowaniem wzorca disnejowskiego. To wszystko gwarantuje powierzchowną atrakcyjność, która przyciągnie niewprawnego odbiorcę<sup>11</sup>, ale poziom formalny ilustracji pozostawia wiele do życzenia. Nie lepiej trzeba ocenić literacką stronę tych wydawnictw. Większość publikacji określonej jako książka obrazkowa nie zaspokoi średnio wykształconego czytelnika, gdyż brakuje tam nawet zwykłej poprawności stylistycznej języka polskiego. Taki stan wynika z ciągłej troski wydawcy o obniżanie kosztów produkcji, co w konsekwencji prowadzi do zaniechania fachowej redakcji. Również przykłady słabych tłumaczeń zunifikowanej literatury stającej się produktem globalizacji są, niestety, zbyt częste<sup>12</sup>.

Uwarunkowania ekonomiczne sprawiają, że nie tylko zatraca się piękna idea postrzegania książki jako sztuki, lecz również zapomina się o swoistej misji, którą Kazimierz Cysewski opisuje następująco: „literatura dla dzieci i młodzieży wielorako uświadamia swoje zanurzenie w »dorosłość«, zatem uświadamia swoją względną tylko autonomiczność; istnieje wiele »przejść« między literaturą »dorosłą« i literaturą dziecięcą, istnieje wiele »spotkań« dziecka i dorosłego w sztuce”<sup>13</sup>. Zacytowana tu wypowiedź dotyczy literackich wartości książki dla dzieci i młodzieży. Uważam jednak, że te celne i piękne słowa można odnieść również do omawianego w tym artykule rodzaju książki – książki zawierającej mądre i piękne ilustracje, dopowiadające treść czy nawet współopowiadające ją na równi z nośnikiem literackim.

Na szczęście dla odbiorców kochających książki istnieje alternatywa. W większości rodzi się ona w tzw. „wydawnictwach” – oficynach małych, często dwu- lub trzyosobowych, które „reprezentują ambitny kapitał kulturowy i dbają o wysoki kapitał symboliczny”<sup>14</sup>. Ich oferta wydawnicza nie uszła uwadze analityków. Docenia się działania tych firm sprzyjające powstawaniu publikacji elitarnych, z awangardową i wysmakowaną estetycznie ilustracją, oraz edycji niszowych – przeznaczonych dla wąskiego kręgu odbiorców. Do tej grupy należy zaliczyć oficyny: Ezop, Dwie Siostry, Wytwórnia, Fro9, Hokus-Pokus, Zakamarki. Wydawnictwa lilipucie nie odnotowują zawrotnych zysków ze swojej ambitnej działalności – ich pozycje rzadko osiągają sprzedaż w wysokości 3000 egzemplarzy<sup>15</sup>. Ta ekonomiczno-kulturowa „siłaczka” zasługuje jednak na docenienie, gdyż odważnie podejmuje działania podtrzymywania tradycji Polskiej Szkoły Ilustracji.

Wydawnictwa, również te duże, dbają o ambitniejszą formę plastyczną z różnych pobudek. Często, jako przedsiębiorstwa, widzą zapowiedź zysku w przywołaniu grupy czytelniczej charakteryzującej się bardziej wyrafinowanym smakiem i poczuciem estetyki. Niewątpliwą reklamą są dla nich również osiągnięcia poszczególnych twórców i oficyn na znaczących konkursach i przeglądach<sup>16</sup>. Jedną z najważniejszych tego typu imprez są Międzynarodowe Targi Książki dla Dzieci w Bolonii<sup>17</sup>, które zyskały sobie renomę ogólnoswiatowego przeglądu branży wydawniczej. Tradycją targów jest przyznawanie w ostatnim dniu nagrody w kilku kategoriach: „Fiction”, „Non Fiction”, „New Horizons”, „Opera Prima”, a od



<sup>7</sup> Egmont – 7 %, Wilga – ponad 10 %, Akapit Press – 10 %, Media Rodzina – 8 %; zob. *ibidem*.

<sup>8</sup> Tu np. seria „Obrazki dla maluchów”, której łączny nakład już w 2010 r. przekroczył 1 mln egzemplarzy. Otrzymała ona główną nagrodę w kategorii książki w plebiscyście „Najlepszy produkt dla dziecka 2010”; zob. *ibidem*.

<sup>9</sup> Do ważnych publikacji w tej dziedzinie należy m.in. *Ruch wydawniczy w liczbach* (Warszawa 2012, Biblioteka Narodowa – Zakład Statystyki Wydawnictw, LVII:2011).

<sup>10</sup> W tym też tzw. produkty totalne, wychodzące pod jedną marką (z angielska coraz częściej zwaną brandem) – od komiksów po książki, kolorowanki, nalepki. W Polsce zjawisko to zaczęło się od disnejowskich animacji (*Król Lew, Pocahontas*). Obecnie większość filmów i kreskówek funkcjonuje w otoczeniu nawzajem promujących się produktów (tu: *Listonosz Pat, Świnka Pepa, Odlotowe agentki, Hannah Montana, High School Musical* – telewizyjna produkcja Disney Channel, której wersje książkowe – 22 tytuły – Egmont Polska wydrukował w liczbie 400 tys. egzemplarzy). Zob. *Książka dla dzieci...*

<sup>11</sup> W badaniach na temat książki dla dzieci wypracowano już stanowisko co do znaczenia i wpływu „pośrednika dorosłego” na zakup książki dla nieletnich odbiorców. Szerzej na ten temat wypowiedzieli się m.in. J. Papuzińska (*Inicjacje literackie – problemy pierwszych kontaktów dziecka z książką*, [w:] *Sztuka dla najmłodszych...*); M. Zajac (*Promocja książki dziecięcej. Podręcznik akademicki*), Warszawa 2000; M. Cackowska, *Książka obrazkowa...*, s. 318–327.

<sup>12</sup> Prawidła wolnego rynku celnie scharakteryzowała M. Cackowska, *ibidem*, s. 316–317.

<sup>13</sup> K. Cysewski, *O literaturze dla dzieci i młodzieży*, Olsztyn 2001, s. 7.

<sup>14</sup> M. Cackowska, *Książka obrazkowa...*, s. 316. Natomiast M. Zajac nazywa je – za J. Olech, krytykiem literackim i autorką dla młodych – wydawnictwami lilipuciami; *Książka dla dzieci...*

<sup>15</sup> Zob. *ibidem*.

<sup>16</sup> Przykładowo są to: konkurs Polskiej Sekcji IBBY (nagroda Książkę Roku i Dziecięcy Bestseller Roku, Złote Jabłko na Biennale Ilustracji w Bratysławie, Biały Kruk Internationale Jugendbibliothek w Monachium, Biennale Internacionale Ilustrarte Barreiro w Portugalii, konkurs PTWK „Najpiękniejsze Książki Roku”, konkurs „Świat Przyjazny Dziecku”



il. 2. I. Chmielewska, *Królestwo dziewczynki, Entliczek*, Warszawa 2014



czy „Przecinek i Kropka” – tytuł Najlepszej Książki Dziecięcej – i wiele innych.

<sup>17</sup> Targi w Bolonii – Bologna Children’s Book Fair – to największe na świecie wydarzenie poświęcone dziecięcej tematyce wydawniczej tradycyjnej i multimedialnej.

<sup>18</sup> Rok 2008 – nagroda główna dla wydawnictwa Wytwórnia w kategorii „Fiction” za publikację *Tuwim. Wiersze* w opracowaniu graficznym ilustratorów młodego pokolenia: G. Gurowskiej, M. Hanulak, M. Ignerskiej, A. Kucharskiej-Zajkowskiej, A. Niemierko, G. Urbańskiej i J. Wróblewskiej; 2011 – główna nagroda w kategorii „Non Fiction” dla książki z ilustracjami I. Chmielewskiej *A House of the Mind: Maum* z tekstem K. Hee-Kyung (wyd. Changbi Publishers, Paju-si [Korea]); wyróżnienie dla wydawnictwa Dwie Siostry w kategorii „Non Fiction” za publikację *Co z ciebie wyrośnie* A. i D. Mizelińskich; wyróżnienie dla wydawnictwa Muchomor w kategorii „Opera Prima” za *Słoniątko* A. Jaromira z ilustracjami G. Cichowskiej; 2012 – nagroda główna dla wydawnictwa Wytwórnia w kategorii „Non Fiction” za książkę *Wszystko gra* A. Czerwińskiej-Rydel z ilustracjami

2012 r. – także „Digital”. Polscy autorzy i ilustratorzy, mimo silnej międzynarodowej konkurencji, są często doceniani przez bolońskie jury<sup>18</sup>.

Chciałabym także zwrócić uwagę na bardzo istotne, chociaż już pozaekonomiczne zagadnienie dotyczące ilustracji książkowej. Jest nim kluczowa dla całości tematu problematyka pojmowania terminu „książka obrazkowa”. Już on sam nasuwa szereg wątpliwości. Wielu ilustratorów i wydawców, którzy stykają się z tym zagadnieniem bezpośrednio w swojej pracy, sugeruje, że jest on dość niefortunny. Słowo „obrazkowa” wprowadza bowiem dość lekceważące konotacje i już na samym początku rozważań umniejsza rangę i doniosłość problemu<sup>19</sup>. Pytanie, czy coraz częściej pojawiający się w polskojęzycznej literaturze fachowej termin „*picture book*”, godnie zastępuje wersję rodzimą, pozostaje otwarte. Przeglądając dotychczas powstałe opracowania, można dostrzec, iż wielu autorów wypowiedzi na ten temat wyczuwało owo semantyczne niebezpieczeństwo terminu „książka obrazkowa” i używali sformułowań typu: „ilustracja książkowa”, „książka ilustrowana”, grafika w książkach, ilustracja dla dzieci, sztuka dla najmłodszych, historia ilustracji, sztuka ilustratorska, sztuka ilustrowania itp. W tytule ów niefortunny termin pojawił się po raz pierwszy u Aliny Spudowskiej<sup>20</sup>, która jednak już w kolejnych tekstach powraca do „sztuki ilustratorskiej”<sup>21</sup>. Wydaje się wszakże, iż „książka obrazkowa” spopularyzowała się w literaturze



il. 3. I. Chmielewska, *Królestwo dziewczynki*, Entliczek, Warszawa 2014

fachowej pod koniec pierwszej dekady XXI wieku<sup>22</sup>. Przyczyny należy szukać zapewne w swego rodzaju zaakceptowaniu przez badaczy faktycznego stanu, który wyznacza społeczeństwo. Przeciętny odbiorca zainteresowany jest kupnem książki z obrazkami dla swego dziecka i, niestety, to jego wymagania i preferencje kształtują rynek, a więc wpływają na rozwój polskiej ilustracji książkowej<sup>23</sup>.

W naszej ogólnokulturowej „gonitwie za światem” angielski termin „*picture book*” stał się niezwykle popularny. Pod tym pojęciem kryje się książka łącząca w sobie narracje wizualne i słowne<sup>24</sup>. Badacze są zgodni, że książkę obrazkową buduje fuzja obrazu i słowa, jako dwóch sposobów reprezentacji. Nie ma wszakże jednomyślności co do ważności tych dwóch składowych, które ujawniają się już na poziomie metafizycznym. W literaturze przedmiotu występują trzy sposoby zapisu terminu: „*picture book*”, „*picture-book*”, „*picturebook*”. W ostatnim z nich sugerowana jest równoważność obrazu i słowa. Podobny sens niesie termin *iconotext* wprowadzony przez Kirstin Hallberg w celu zaznaczenia niepodzielnej jedności słowa i obrazu, które w symbiozie budują wspólny, autonomiczny i niezależny przekaz, a zarazem uwalniają skojarzenie tego zjawiska z kulturą anglosaską<sup>25</sup>. Można odnieść wrażenie, że współczesna polszczyzna znajduje się w stanie rozleniwienia, machinalnie przyjmując anglojęzyczne określenia bez podejmowania wysiłku tworzenia włas-



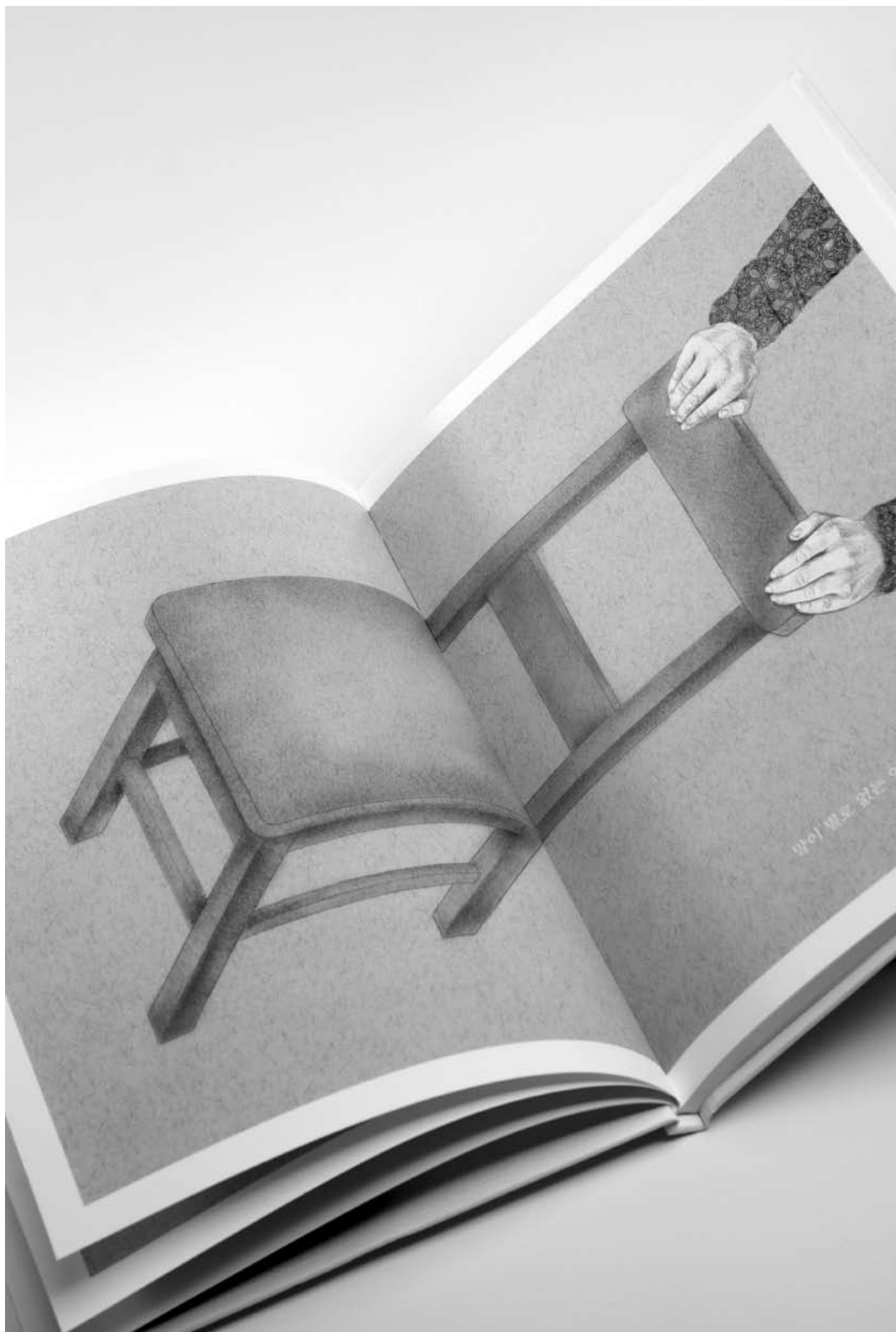
M. Ignerskiej. Zob. <http://www.malekruki.com/bologna-ragazzi-award/>, (data dostępu: 10 IX 2013); <http://www.rp.pl/artukul/619066.html> (data dostępu: 10 IX 2013).

<sup>19</sup> Zob. M. Cackowska, *O pojęciu...*, s. 342. Ponadto pogląd ten został zasygnalizowany w rozmowie gości audycji radiowej (D. Hartwig, D. Mizielińskiego, E. Stiasny, P. Pawlaka, M. Byliniaka) przygotowanej przez A. Łapkiewicz (*Dorośli boją się książek dla dzieci*, Program II Polskiego Radia, 18 XII 2012).

<sup>20</sup> A. Spudowska, *Książki z obrazkami dla dzieci w Polsce w XIX wieku*, „*Wychoowanie w Przedszkolu*” 1981, nr 4.

<sup>21</sup> Zob. przypis 1.

<sup>22</sup> *Nowe trendy w literaturze i ilustracji dla dzieci: książka obrazkowa. Konferencja ogólnopolska, Kołobrzeg, 22-23 września 2008 r.*, red. H. Filip, Kołobrzeg 2008; M. Cackowska, *Książka obrazkowa...*; eadem, M. Patalon, *Religijna książka obrazkowa dla dzieci w Polsce. Krytyczna analiza dyskursu*, „*Problemy Wczesnej Edukacji*” 2009, nr 10; eadem, *O pojęciu...*; eadem, *Polityka...*



il. 4. K. Hee-Kyung, *Dom duszy: Maum*, il. I. Chmielewska,  
wyd. Changbi Publishers, Paju-si (Korea) 2011. Fot. J. Chmielewski

nych odpowiedników. „Książkobraz” wydaje się równie trafny/nietrafny, jak „picture book” – ale to już są rozważania odbiegające od tematu.

Zasygnalizowane zawikłania terminologiczne zmuszają mnie do jednoznacznego odcięcia się od tematu tzw. książki artystycznej, który leży poza zakresem badawczym niniejszego artykułu<sup>26</sup>.

Na podstawie łączenia tekstu i obrazu utarło się zatem kojarzenie książki obrazkowej z najmłodszym odbiorcą. Jak zwykle w takich przypadkach, sztuka wyprzedza obiegowe opinie. Dorosły miłośnik pięknych książek zapewne nie raz zetknął się z ofertą i dla niego. Jedną z artystek kierujących swoją twórczość do szerszej grupy czytelników jest właśnie Iwona Chmielewska.

Artystka urodziła się w 1960 r. w Pabianicach. Ukończyła grafikę na Wydziale Sztuk Pięknych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Kreuje ilustracje do książek od 1992 r., jednak zwykle jej prace nie znajdowały zainteresowania wśród polskich wydawców i – jak sama wspomina – „ładowały w szufladzie”<sup>27</sup>. Do rozkwitu jej talentu, niestety, nie przyczyniły się oficyny rodzime, ale południowokoreańskie. Momentem przełomowym dla jej kariery było bowiem spotkanie z ekspertem w dziedzinie książki dziecięcej, Jiwone Lee, w 2003 r. na Targach Książki dla Dzieci w Bolonii (Bologna Ragazzi Award). Współpraca tam zainicjowana zaowocowała już 20 publikacjami odnoszącymi sukces na południowokoreańskim rynku<sup>28</sup>. Kooperacja z azjatyckimi wydawnictwami sprawiła, że inne kraje kupiły prawa do tych dzieł. Książki Chmielewskiej z powodzeniem znajdują swoich odbiorców w Hiszpanii, Portugalii, Niemczech, a także w Japonii, w Chinach, na Tajwanie i w Meksyku.

O powodzeniu Chmielewskiej w Korei świadczy nie tylko duża liczba sprzedanych egzemplarzy, lecz również honor reprezentowania tamtejszych wydawnictw na międzynarodowych targach książki w Europie. Słuszność strategii obranej przez południowokoreańskie oficyny potwierdził ostatni sukces Chmielewskiej w Bolonii. Tym razem otrzymała ona główną nagrodę w kategorii „Fiction” za książkę pt. *Oczy* opublikowaną przez koreańską firmę Changbi<sup>29</sup>. Nagroda ta powiększyła zbiór prestiżowych branżowych wyróżnień artystki<sup>30</sup>, do których należą m.in. Złote Jabłko na Biennale Ilustracji w Bratysławie w 2007 r. oraz Bologna Ragazzi Award w kategorii „Non Fiction” w 2011.

W czym tkwi tajemnica sukcesu tej ilustratorki? Według mnie składają się na nią wrażliwość, subtelność i delikatność, pozwalające artystce wnikać w kolejne warstwy tematyczne i analizować je językiem plastycznym. Te cechy podsuwają jej wachlarz rozwiązań oraz określają jej styl. Stąd też płynie swoiste wyrachowanie wykreowanej przez nią mianery. Dysponująca niezwykle dużym potencjałem Chmielewska szybko się uniezależniła, również literacko, i zaczęła tworzyć ilustracje do własnych tekstów, a właściwie: tekst do własnych ilustracji. I ten rodzaj jej prac jest najbardziej interesujący. Sama określa je mianem książek autorskich należących do gatunku *picturebook*. Jako plastyk zachowuje równowagę pomiędzy ilustracją a składnikami literackimi, a jako intelektualistka wypełnia swoje dzieła bogactwem przemysłów, obserwacji i wniosków, dzieląc się nimi z odbiorcą. W jej książkach autorskich obraz



<sup>23</sup> Zob. przypis 11.

<sup>24</sup> Autorka świadoma jest istnienia bardziej rozbudowanej definicji „picture book”, jednak nie rozwija tego tematu, gdyż badanie zawitości terminologicznych nie jest celem niniejszego artykułu. Z tych samych powodów pomija zagadnienie *graphic novels*.

<sup>25</sup> M. Cackowska, *O pojęciu...*, s. 344.

<sup>26</sup> Próby zdefiniowania terminu „książka artystyczna” podjął się P. Rypson, (op. cit., s. 7), który we wstępie do swojej rozprawy pisze: „Książka artystyczna to dość umowny termin oznaczający różnorodne eksperymenty w wieku dwudziestym z przestrzenią zapisu, tekstu lub tekstu połączonego z obrazem”; „książka artystyczna – dzieło autonomiczne – powstaje jako samodzielna praca artystyczna (np. książki W. Kamieńskiego, F. Depero, prace M. Szczuki) lub jako efekt ścisłej współpracy artysty i literata – np. *Dla Gołosa* Majakowskiego-Lisickiego, *Europa* Szczuki-Sterna, *Z ponad* Przybosa-Strzeńskiego. Najogólniej rzecz ujmując, artystyczne prace książkowe miały przełamywać podział na tekst (rozwijający się w czasie), i grafikę (oglądaną w przestrzeni)”.

<sup>27</sup> Wykład I. Chmielewskiej w ramach „7. Bałtyckich Spotkań Ilustratorów 2012” zorganizowanych przez Nadbałtyckie Centrum Kultury w Gdańsku, 20 X 2012.

<sup>28</sup> Obszerny przegląd twórczości Chmielewskiej skierowanej na rynek koreański prezentuje artykuł z 11 VII 2011 pt. *Koreańskie ilustracje Iwony Chmielewskiej* (<http://designattack.pl/koreanskie-ilustracje-iwony-chmielewskiej/>, data dostępu: 12 IX 2013).

<sup>29</sup> Zob. <http://www.bookfair.bolognafiare.it/en/bolognaragazzi-award/winners-2013/1061.html> (data dostępu: 10 IX 2013); [http://www.culture.pl/kalendarz-pelna-tresc/-/eo\\_event\\_asset\\_publisher/L6vx/content/bolognaragazzi-award-2013-dla-iwony-chmielewskiej](http://www.culture.pl/kalendarz-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/L6vx/content/bolognaragazzi-award-2013-dla-iwony-chmielewskiej) (data dostępu: 10 IX 2013).

<sup>30</sup> Nagroda w konkursie ProBologna za książkę autorską *Pan i Kot* (2000), nominacja do finału Bologna Ragazzi Award za książkę autorską *Niebieska laseczka*. *Niebieska skrzyneczka* (2005).

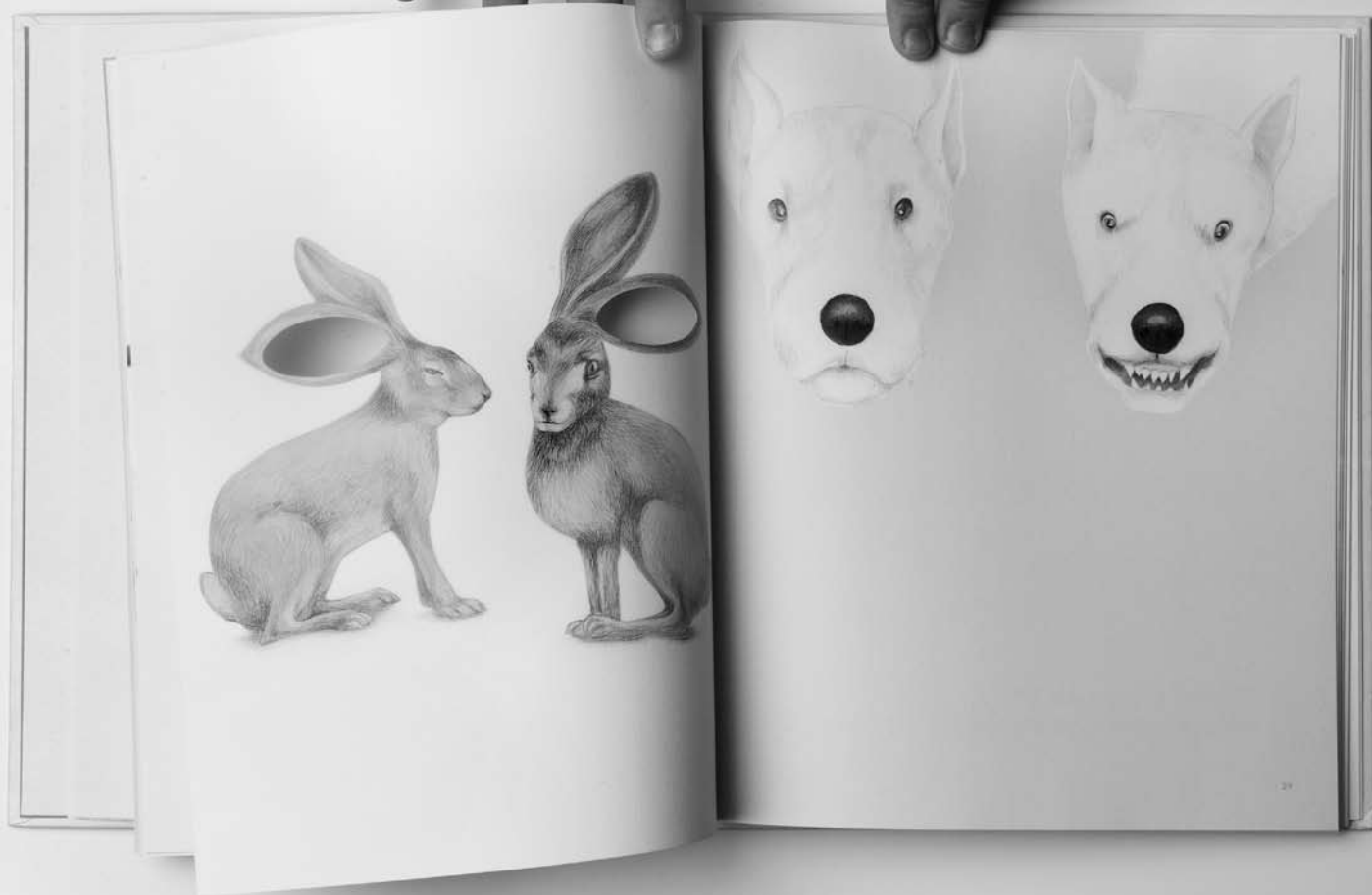




il. 5. I. Chmielewska *Eyes (Oczy)*, wyd. Changbi Publishers, Paju-si (Korea) 2013. Fot. J. Chmielewski

otrzymuje równorzędną funkcję z treścią, dlatego możemy mówić o narracyjności obrazu i badać jego relacje wobec składownika literackiego.

Styl wypowiedzi literackiej Chmielewskiej jest bardzo surowy. W ten sposób autorka ukierunkowuje uwagę odbiorcy na treść, a nie na formę. Jej skondensowany i jednocześnie bardzo silny i intensywny przekaz znajduje drogę do naszej wyobraźni i umysłu. Chmielewska porusza tematykę, ogólnie mówiąc, humanistyczną. W jej książkach znajdziemy troskę o godność oraz szacunek dla człowieka. Artystka czerpie inspiracje ze swoich życiowych doświadczeń, np. opisując trudny okres dojrzewania dziewczynki (*Królestwo dziewczynki*) [il. 2–3] czy przedstawiając uczucia macierzyńskie wobec niepełnosprawnego dziecka w rodzinie (*Gdzie jest moja córka*). Analizuje też podobieństwa i różnice pomiędzy ludźmi (*Niebieska laseczka*, *Niebieska skrzyńeczka*). Już po tej wstępnej charakterystyce twórczości Chmielewskiej widać, jak ważną tematykę porusza ona w swoich pracach. Nie bez znaczenia są także ich aspekty formalne. Styl artystyczny tej autorki jest – paradoksalnie – niezwykle wyrafinowany poprzez swoją prostotę. Chmielewska szuka różnych stylów i eksperymentuje z technikami: od prostych, pastelowych



il. 6. I. Chmielewska *Eyes (Oczy)*, wyd. Changbi Publishers, Paju-si (Korea) 2013. Fot. J. Chmielewski

rysunków do rozbudowanych, patchworkowych ilustracji, których sens widać zarówno na awersie, jak i na rewersie.

Chmielewska jest niewątpliwie artystką poszukującą również nowych relacji czytelnika<sup>31</sup> z książką. *Maum* (pol. *Dom Duszy*) [il. 1, 4] stanowi przykład wizualizacji narracji poprzez motorykę kart książki. Sprzyja eksperymentowaniu z prostą animacją (przewracanie stron, zbliżanie i naginanie ich do siebie)<sup>32</sup>. Następuje tu wprowadzenie trójkierunkowej interakcji – pomiędzy czytelnikiem a autorem, czytelnikiem a książką oraz czytelnikiem a treścią. Takie działania artystyczne uaktywniają odbiorcę, który z biernego perceptora zostaje nobilitowany do rangi współtwórcy. Chmielewska wykreowała ilustracje do tekstu koreańskiego i z tego powodu nie jest to jej książka autorska. Zachowane jednak zostały proporcje charakterystyczne dla *picturebook*: równorzędne relacje pomiędzy treścią przedstawioną za pomocą literatury a przekazem formy plastycznej.

Na zakończenie tego krótkiego przeglądu twórczości Chmielewskiej chciałabym jeszcze omówić święcącą w ubiegłym roku tryumfy na Bologna Children's Book Fair książkę autorską pt. *Oczy* [il. 5–6]. Niespeł-



<sup>31</sup> Chciałabym zaznaczyć, że w przypadku twórczości Chmielewskiej i jej książek autorskich wciąż mam wątpliwości co do słuszności stosowania terminu „czytelnik” silnie kojarzącego się z adresem tekstu literackiego. Nasylenie walorami plastycznymi treści książek tej artystki jest tak silne, że częściej decyduję się na słowo „odbiorca”.

<sup>32</sup> Podobny zabieg, choć bez warstwy narracyjnej, został zastosowany np. w książce M. Bataille *ABC3D* (New York 2008).



<sup>33</sup> *Myśl*, wyd. Nonjang, Seoul 2004; *O wędrowaniu przy zasypianiu*, wyd. Nonjang, Seoul 2004; *Niebieska laseczka. Niebieska skrzyńeczka*, wyd. Sakyejul, Paju-si Gyeonggi 2004; *Myślący alfabet* (koreański), wyd. Nonjang, Seoul 2005; *Myślący alfabet* (angielski) / *Thinking ABC*, wyd. Nonjang, Seoul 2006; *Myślące cyfry*, wyd. Nonjang, Seoul 2007; *Dwoje ludzi*, wyd. Sakyejul, Paju-si Gyeonggi 2008; *Do połowy pełne czy do połowy puste?*, wyd. Nonjang, Seoul 2009; *Dzień dobry, Europo*, wyd. Borim, Paju-si Gyeonggi 2010; *Cztery strony czasu*, wyd. Sakyejul, Paju-si Gyeonggi 2010; *Kłopot*, wyd. Nonjang, Seoul 2010.

<sup>34</sup> **M. Pawlikowska-Jasnorzewska**, *Wiersze*, il. I. Chmielewska, wyd. Algo, Toruń 2003; **Z. Stanecka**, *Kopciuszek*, il. I. Chmielewska, wyd. Muchomor, Warszawa 2004; **A. Niezgoda**, *Dzień dobry, Europo*, il. I. Chmielewska, wyd. Algo, Toruń 2004; **D. Ugrešić**, *Domowe duchy*, tłum. D. J. Cirlić, il. I. Chmielewska, wyd. Znak, Kraków 2010.

<sup>35</sup> Książki autorskie **I. Chmielewskiej**: *Lubię literki*, wyd. Graffiti BC, Toruń 1999; *Lubię cyferki*, wyd. Graffiti BC, Toruń 1999; *Lubię kotki*, wyd. Graffiti BC, Toruń 1999.; *Pamiętnik Blumki*, wyd. Media Rodzina, Poznań 2011. Reedykcje w języku polskim po sukcesie w Korei: *O wędrowaniu przy zasypianiu*, wyd. Hokus Pokus, Warszawa 2006, *Kłopot*, wyd. Wytwórnia, Warszawa 2012.

<sup>36</sup> Szczęśliwie w maju 2014 *Królestwo dziewczynki* ukazało się nakładem wydawnictwa Entliczek.

<sup>37</sup> Rozmowa autorki tekstu z I. Chmielewską, 20 X 2012.

na pół roku przed uhonorowaniem tej publikacji miałam okazję usłyszeć wypowiedź autorki na jej temat podczas wykładu w ramach 7. Bałtyckich Spotkań Ilustratorów 2012” zorganizowanych przez Nadbałtyckie Centrum Kultury w Gdańsku. Książce przyświeca motto: „Ten, kto widzi, nie wie nawet, jak cenny skarb dostaje w prezencie”. Uwagę przykuwają wycięte w okładce otwory w kształcie oczu, przez które ciekawie spoglądają na czytelnika źrenice ukryte w głębi publikacji. Motyw oczu stanowi oś konstrukcyjną całej opowieści. Na kolejnych kartach autorka podsuwa odbiorcy rozmaite skojarzenia ilustrujące korzyści płynące z daru widzenia, czasem nawet tak – wydawałoby się – błahe, jak możliwość pomalowania paznokci. Widz podąża za narratorem i kiedy nabiera przeświadczenia o mnogości kolejnych przykładów, a nawet nieco się nimi nuży, autorka odstępuje od obranego wcześniej wątku i zaskakuje głębią konfrontacji omówionej problematyki z innym jej aspektem: kolejna część książki opowiada o ludziach niewidzących. Od tego miejsca wycięcia w kartce wypełniają zaćmione źrenice. Tło zajmują punkciki układające się w wyraz „oczy” w alfabecie Braille’a. Dalsza narracja pokazuje analogicznie czynności, jakie mogą wykonywać ludzie niewidzący – tak jak wszyscy inni, cieszą się oni muzyką i odbierają otaczający ich świat. Robią to samo, tylko inaczej. Autorka podsumowuje swoje przesłanie słowami: „korzystać z życia jak każdy, ten kot widzi i nie widzi”. Książka *Oczy* świetnie ilustruje sposób konstruowania narracji przez Chmielewską – odchodzi ona od tematu, by następnie ze zdwojoną mocą przywołać go w odmiennym i wzbogacającym treść kontekście. Przykładem takiego zabiegu może być powtórzenie motywu „malowanych paznokci”, które nie jest przypisane tylko osobom widzącym, lecz także niewidzącym. Prozaiczny zabieg awansuje do rangi metafory głoszącej równość ludzi.

Uznanie w świecie nie ma, niestety, przełożenia na popularność na rodzimym rynku wydawniczym. W czasie gdy Chmielewska święciła w Korei swe tryumfy<sup>33</sup>, w Polsce ukazało się zaledwie kilka publikacji z jej ilustracjami<sup>34</sup> oraz jej książek autorskich<sup>35</sup>. Zestawienie to dobitnie wykazuje istniejącą u nas dysproporcję wobec chłonności rynku koreańskiego. Oczywiście, sytuacja ta jest tłumaczona kryzysem ekonomicznym w kraju i łączącą się z nim niechęcią oficyn do podejmowania niekomercyjnych wyzwań. Asekurancstwo tego typu jest niekiedy silnie widoczne: np. wydawnictwo Media Rodzina w związku ze zdobytą przez Chmielewską za *Pamiętnik Blumki* nagrodą Prezydenta Wrocławia „Dobre Strony” w 2012 r. otrzymało czek na kwotę 30 000 zł, którą – zgodnie z regulaminem konkursu – mogło przeznaczyć wyłącznie na edycję kolejnej książki zwycięskiej autorki dla czytelników do lat 16. Życzeniem Chmielewskiej było, by na rynek polski weszły *Królestwo dziewczynki*<sup>36</sup> lub *Niebieska laseczka. Niebieska skrzyńeczka*<sup>37</sup>. Wydawnictwo preferowało jednak *Cztery strony czasu*, opowiadające o historii Torunia i jego mieszkańców. Książka ta, jak każda praca Chmielewskiej, jest wartościowa i nie zamierzam dyskredytować tej publikacji. Ze względu jednak na poruszane w tym artykule zagadnienie relacji pomiędzy ryn-

kiem wydawniczym a twórczymi aspiracjami jednostki pragnę zwrócić uwagę na prawdopodobne przyczyny wyboru tej właśnie pozycji. Dopatruję się u jej podstaw wykładni ekonomicznej, co staje się dowodem na lęk oficyny przed podejmowaniem śmiałych wyzwań. Książka z wieżą toruńskiego ratusza w tle niewątpliwie znajdzie swoich nabywców, choćby jako suvenir z podróży do tego pięknego miasta, gwarantując tym samym szersze grono odbiorców.

Jako czytelnicy powinniśmy także uderzyć się w pierś, gdyż ponosimy współodpowiedzialność za złą sytuację na rynku wydawniczym ambitnej książki. Kiedy przyjrzymy się rezultatom sprzedaży niektórych inicjatyw edytorskich, dostrzeżemy, że choć spełniały one wszystkie warunki tzw. ambitnej oferty, nie tylko nie odniosły sukcesu, ale wręcz wygenerowały straty. Tak się stało z opublikowaną przez Dwie Siostry serią „Mały Koneser” popularyzującą malarstwo – książkami *Powidoki* (tekst Tina Oziewicz, il. Ola Cieślak), *Zając* (tekst Grzegorz Kasdepke, il. Ola Cieślak), *Pamiętka z Paryża* (tekst Tina Oziewicz, il. Jacek Ambrożewski) oraz *Dziewczynka z cienia* (tekst Jan Karp, il. Marta Ignerska)<sup>38</sup>. Dlatego też należy, zważywszy na niepewną sytuację na rynku, wykazać zrozumienie dla niektórych trudnych decyzji wydawniczych i czekać z nadzieją, że w przyszłości zostanie wykształcony świadomy odbiorca oraz że ekonomiczne uwarunkowania nie będą hamowały rozwoju polskiej ilustracji książkowej.



<sup>38</sup> Na podstawie wypowiedzi Ewy Stiasny na 8. Bałtyckich Spotkaniach Ilustratorów (5 X 2013).

#### dr Magdalena Howorus-Czajka

*Historyk sztuki. Pracuje w Katedrze Kulturoznawstwa Uniwersytetu Gdańskiego. Zainteresowania badawcze koncentruje na powojennej sztuce polskiej. Autorka książek: Wiktor Tołkin – rzeźbiarz. Monografia twórczości (2012). Przenikanie idei informelu a prasa polska lat czterdziestych i pięćdziesiątych XX w. (2013). Redaktor publikacji: Sztuka na marginesie. Trójmiejskie graffiti i murale (2013), Wiktor Tołkin – ślady [kat. wystawy], Muzeum Stutthof w Sztutowie (2014). Publikowała m.in. w „Rocznikach Humanistycznych” oraz w „Roczniku Historii Prasy Polskiej”. Członek Association for Cultural Studies.*

#### Summary

##### MAGDALENA HOWORUS-CZAJKA/ The impact of economic factors on book illustration development. A case study on Iwona Chmielewska's artistic work

In the following text a case of impact of the publishing market in Poland on condition of book illustration as an artistic phenomenon is being discussed. The analysis has been carried out on the basis of economic data discussed in comparison with a worldwide famous illustrator, Iwona Chmielewska's artistic practice.

Iwona Chmielewska's artistic biography proves evidently the existence of a market mechanism which is capable of stimulating or blocking an artist's development. The artist made her debut on the local publishing market, nevertheless she was truly successful thanks to Korean publishers. The position the artist achieved abroad has influenced the growth of an interest in her works also in Poland. The publishing market analysis brings about a data image of complex factors influencing the development of Polish illustration in the circumstances of liberal economy.