



UDC 070.82-92

DOI: 10.20535/2077-7264.3(81).2023.296564

© A. Janiszewski, Doktor PhD, docent, Instytutu wydawniczo-poligraficznego Narodowego uniwersytetu technicznego Ukrainy 'KIP im. Igora Sikorskiego', m. Kijów, Ukraina

**MARKETING INTELEKTUALNY REDAKCJI CZASOPISMA 'ARCANA'  
W WALCE ZA CZYTELNIKA ZAGRANICZNEGO**

Artykuł dotyczy sposobów pozyskiwania zagranicznych czytelników-prenumeratorów pisma 'Arcana', wyznającego ideologię zdrowego polskiego konserwatyzmu. Ujawnia się filozofia wagi prowadzenia przez redakcję polityki 'ekspansjonistycznej'. Podkreśla się, że zastosowany w polityce redakcyjnej intelektualny marketing przynosi istotne skutki i poszerza ilość wielbicieli czasopisma.

**Słowa kluczowe:** czasopiśmiennictwo; inteligibilność; inteligencja; czytelnik zagraniczny; 'Arcana'; dziennikarstwo.

**Wprowadzenie**

Dziennikarstwo, czyli gromadzenie, przetwarzanie i rozpowszechnianie informacji za pomocą środków masowego przekazu, narodziło się w swoich początkach jako dialog pomiędzy tym, kto te informacje posiada, a tymi, którzy chcą je postrzegać [1]. Nawet jeśli odbiorca nie miał wyraźnej chęci percepcji, to jego topos, osobista akulturacja, wewnętrzna postawa egzystencjalna, a nawet moment słuchania i tak przyczyniły się do pewnego przyswojenia informacji. Wielcy filozofowie grecko-rzymscy, poczynając od Platona i Arystotelesa, a skończywszy na Orygenesie i 'ostatnim Rzymianinie' Boecjuszu, dużą uwagę przywiązywali do sposobów rozpowszechniania swoich obserwacji otaczającego świata. Przede wszystkim były to rozmowy ustne, które doskonalono poprzez wielokrotne powtórzenia w różnych wariantach. Tylko po drugie, były to nagrania bez należytej obróbki redakcyjnej (z współczesnego punktu wid-

zenia), których celem, być może przełotnie, było celowe, zaangażowane oddziaływanie na odbiorcę.

Późniejsza tradycja judeo-chrześcijańska również nie przewidywała żadnych zapisów, skupiając się na środkach niepisanych przekazu myśli i wiedzy, co stało się przyczyną tak różnorodnej interpretacji nauk religijnych, a później — już w epoce rękopisów — tak wielu wydań tych samych wydarzeń. Jednak każdy punkt widzenia zawsze miał na celu rozprzestrzenienie się wśród jak największej publiczności jako system poglądów i samorozpowszechnianie się jako pewna liczba materialnych obiektów, które to implikują.

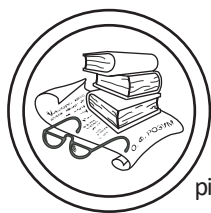
**Analiza poprzednich badań**

Na temat pisma 'Arcana' badań nie odbywało się.

**Sformułowanie problemu**

Magazyn 'Arcana' ukazuje się w Krakowie od niemal 30 lat (w 2024 r. będzie obchodził

ISSN 2077-7264. Технологія і техніка друкарства. 2023. № 3(81)



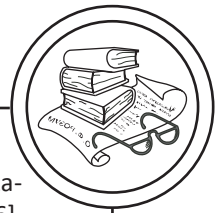
pierwszy tercjał stulecia) i, jak podano w jego bliźniaczym, w dwudziestą piątą rocznicę, numerze 145/146 (nr 1–2/2019), z roku 2016 stara się wyjść z niszy tradycyjnych wartości narodowo-chrześcijańskich i przenieść się do kategorii periodyków-forów konserwatywnych kręgów polskiego społeczeństwa: 'Po 2015 roku nasz program wyszedł — i tak pozostanie w przyszłości — z tej niszy [wspomnianej powyżej. — J. A.] w stronę jak najszerszego kręgu potencjalnych konsumentów i partnerów. [...] Uważamy, że prawica musi kontynuować współpracę z tą częścią inteligencji, która na nią głosuje. [...] Słaby wynik PiS w wyborach samorządowych w miastach jest po części skutkiem niezwrócenia należytej uwagi na pracę z inteligencją, skutkiem braku autorskiego programu kulturalnego i innymi podobnymi czynnikami. [...] Staramy się, aby nasze pismo, pozostając forum intelektualnym środowisk konserwatywnych, było zorientowane na młodego czytelnika, a przez to dla niego interesujące' [2, S. 6].

O stałości, a co za tym idzie równowadze stanowiska redakcyjnego, świadczy kolejna wzmianka zamieszczona w numerze 138 (nr 6/2017): 'A dzisiaj do naszych głównych obowiązków nie należy propaganda, ale tworzenie realnych podstaw intelektualnych do praktycznej realizacji polskiego interesu narodowego' [3]. Oznacza to, że czasopismo 'Arcana' (którego nazwa jest tłumaczona z łaciny (*arcanum*) jako 'tajemnica') nie jest dwumiesięcznikiem, w którym są zebrane przypadkowe materiały i które mogą mieć także charakter eklektyczny, lecz periodyk jest poznawczo zaangażowanym czasopismem politematycznym w ramach pewnego pola przedmiotowo-społecznego i ma jasno sformułowaną postawę obywatelską. Głęboko przemyślaną postawę, która poznaje się tylko umysłem i niczym więcej, to znaczy jest *intelligibilis*. W tym właśnie

sensie termin ten jest używany w tym kontekście. Każda przemyślana postawa, intencjonowana przez dyskurs społeczny, potrzebuje coraz nową audytorium, nowych zwolenników swej argumentacji.

### Cel pracy

Często przestrzeń do ekstensywnego rozwoju znajduje się poza granicami 'terytorium macierzystego', gdyż 'domowe produkty' potrafią dość szybko się wyczerpać, nie nadążając za przepływem wewnętrznych, introwertycznych wydarzeń i zmian. Zamiast tego czytelnik zewnętrzny początkowo pełni rolę publiczności, która na premierowe przedstawienie przyszła z ciekawości, zostawiając w kasie impresaria pewną ilość środków materialnych. Im większa publiczność, tym więcej środków pozostaje w kasie. Jeśli poszukamy analogii, możemy się posłużyć taką historyczną: zaoraniem dziewiczych ziem w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku w byłym związku radzieckim. Dzięki natychmiastowemu zwiększeniu powierzchni gruntów ornych plony zbierane w kraju przez kilka lat pozwoliły rozwiązać szereg problemów żywnościowych, co dało kierownictwu politycznemu tego podmiotu państwowego powód do przedstawienia wspaniałych planów na przyszłość. Jednak zaniedbanie przemiany ekstensywnej w intensywną doprowadziło że naprawdę imponujące rezultaty ekonomiczne, wielkoskalowe i strukturalne zmiany gospodarcze spełzyły na niczym. Publiczność także w największej swej liczbie, czyli przy maksymalnym efekcie ekonomicznym dla zespołu teatralnego, chodzi jedynie na spektakle premierowe, pozostawiając na resztę, by tak rzec, codziennego repertuaru już mniej środków na kontynuację działalności kulturalnej i rozrywkowej.



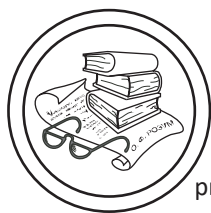
Dlatego niezwykle ważne jest, aby redakcja pisma jak najdłużej utrzymała ‘premierę’ i ‘zwiększenie powierzchni gruntów ornych’ w dotarciu do odbiorców zagranicznych, zwłaszcza do grupy docelowej, o czym chodzi w numerze 145/146: ‘Nasz dwumiesięcznik musi utrzymywać się głównie z prenumerat, sprzedaży i innych przychodów wydawnictwa [chodzi o wydawnictwo ‘Arcana’, które i wydaje magazyn o tym samym tytule. — J. A.]’ [2, S. 6]. Przecież nagłe pojawienie się na rynku, czyli nowość niektórych jego elementów, przedmiotów jest nieuchronnie premią za sukces, którą trzeba wykorzystać w wymiarze *intelligibilis*.

To drugie oznacza, że wchodząc na orbitę czytelnika zewnętrznego, należy wziąć pod uwagę czynniki targtowe wyznaczające cel: a) czynnik pozytywnej pamięci historycznej, jaką mogą posiadać przyszli odbiorcy docelowi; b) czynnik znajdowania odpowiedzi na zapytania kulturalne ‘niewłaśnych’ konsumentów; c) współczynnik oczekiwanej zwykłej erudycji ‘celu’; d) czynnik możliwości w sposób dorozumiany narzucania czytelnikowi tematów do dyskusji; e) inne ściśle powiązane czynniki, które mogą powstać zgodnie z prawami procesów przygodnych. Czynniki przyciągania nowej, nieznannej publiczności mogą działać zarówno zbiorowo, jak i osobno; zarówno częściowo, jak i całkowicie; przeplatają się, tworzą pewien dyskurs ‘intertekstualny’ i sobie zaprzeczają. Łączy ich jednak to, że są zorientowane na inteligencję, a nie na średnią klasę biznesu: ‘Skromnymi środkami, którymi dysponujemy, staramy się analizować ważne dla Polski problemy, dawać przestrzeń na naszych stronicach dla nowych tematów i nowych autorów, do zapewnienia zaplecza intelektualnego instytucji państwowych, do wsparcia reformy edukacji, która skutecznie wdraża się w imię ochrony

i wzmocnienia potencjału cywilizacyjnego Polski w przyszłości’ [2, S. 6]. Bowiem inteligencja, będąca warstwą każdej wspólnoty *homo sapiens* (według wielu nauk społecznych także i tej, która w tym historycznym momencie poniosła swoją klęskę), może i determinuje dyskurs rozwojowy reszty społeczeństwa, a w powiązaniu z komercyjnymi zainteresowaniami redakcji wpłynie na liczbę potencjalnych prenumeratorów, gdyż tylko ci, którzy od czasu do czasu mają okazję spojrzeć koncepcyjnie na niejednoznaczność otaczającego świata, syntetyzować grupy jego zjawisk, są w stanie być odbiorcą, konsumentem pomysłów zespołu magazynu, a następnie po ‘przetrawieniu’ dostarczonej informacji transmitować ją (nie bez efektu manipulacji) na ogół, który do tej warstwy nie należy. Klasa przedsiębiorców, pogrążona w ekonomicznych interesach własnego biznesu, nie ma możliwości ‘położyć się na chwilę i odpocząć’ [4], aby stać się uważnym czytelnikiem dwumiesięcznika ‘Arcana’. A jeśli któryś z jej przedstawicieli wykaże chęć — przede wszystkim w interesie własnego biznesu — przyłączenia się do fanów jednego z zagranicznych magazynów, zrobi to poprzez komunikację z przedstawicielem inteligencji, który jest w stanie dokonać pewnej adaptacji przeczytanego wcześniej materiału. Dlatego też postawienie redakcji pisma na *intelligibilis*-zrozumienie treści numerów przez przyszłych zagranicznych konsumentów polega na współpracy wyłącznie z pracownikami sfery intelektualnej, mając na celu szerzenie wpływu ich drukowanego słowa na inne grupy społeczeństwa czytelniczego.

#### Wyniki przeprowadzonych badań

Każda osoba, która jest przyzwyczajona do pracy z książką i uczyniła z niej główne źródło swoich dochodów,



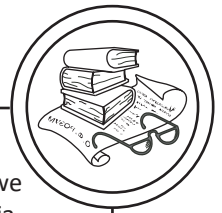
pracując z zagranicznym źródłem periodyku, interesuje się przede wszystkim materiałami z zakresu tzw. 'przygotowań domowych'. Wynika to zarówno z psychologicznej postawy 'a co tam u nich?', jak i z immanentnych cech osobowych-wymagań, które w większości automatycznie kształtują się w procesie zawodowym i później dominują w światopoglądzie takiej osoby — rozwój ogólnej erudycji, bez której niemożliwie pełnić obowiązki służbowe. I dopiero po tym osoba przyzwyczajona do książek zwraca swoją uwagę na tzw. 'inną' informację w numerze, a mianowicie: dotyczącą innego dyskursu publicznego. Dokonywa się recepcja przez cudzego czytelnika, konsumenta, użytkownika drukowanego produktu zawierającego 'cudzą' treść. To znaczy, że podwójna 'obcość' musi przerodzić się w przystosowanie każdego do obcego jako do własnego. Dla obu uczestników procesu komunikacyjnego tworzy się problem kodyfikacji nie tylko samej informacji w aspekcie ogólnym i użytecznym, ale samej egzystencji, z której wynika zjawisko wielokulturowości, ale bynajmniej nie akulturacji. W tym przypadku (wejście na zagraniczny rynek czytelnicy) rodzą się nowe sensory, które pojawiają się w materiałach pisma jako estetyczna rzeczywistość zglobalizowanego świata.

Jakie są nowe sensory? W poszukiwaniu i ocenie *polskości*, 'wmontowanej' w nowych faktach duchowego świata obywateli polskich, czyli w kontekście introprojekcji tego ostatniego na dyskurs powszechności: 'Efekt dwudziestu trzech lat służby ['Arcanów'. — J. A.]: systematyczna praca umysłowa w intelektualnych podstawach nurtu patriotyczno-chrześcijańskiego polskiej polityki' [3]. I warto jeszcze raz powtórzyć: 'A dzisiaj do naszych głównych obowiązków nie należy propaganda,

ale tworzenie realnych intelektualnych podstaw dla praktycznej realizacji polskiego interesu narodowego' [3].

Treść pierwszego, zespolonego numeru za rok 2019 doskonale ilustruje powyższe spostrzeżenia. Pod względem czasowym zespolony dwumiesięcznik jest zbliżony do kwartalnika, co wpływa na dobór materiałów. W każdej rubryce od jednego do trzech materiałów. Rubryki z niewielkimi wariacjami powtarzają się w każdym numerze, ale nigdy nie są takie same. Oznacza to, że nie da się określić składu ostatniego numeru, który wychodzi w końcu roku, na podstawie struktury np. pierwszego numeru roku. Pozwala to pozostać w określonym kierunku ideologicznym za pomocą niestandardowych metod, posługując się metodami 'postmodernistycznymi'. Czyli broniąc swojego punktu widzenia, poglądów zdrowego narodowego konserwatyzmu, można naświetlić filozoficzną głębię stanowiska redakcyjnego z różnych stron, z różnych 'punktów wyjścia', nie powtarzając się przy tym.

We wspomnianym numerze za rok 2019 (nr 145/146 od początku) rubryki noszą filozoficzno-stosowane nazwy: *Europa ludów*, *Oświecenie publiczne*, *Rozmowa 'Arcanów'*, *Spojrzenie wstecz*, *Polska i świat*, *'Arkana' literatury*, *Teksty otwarte*, *(Nie)polityczne mieszanki*, *In memoriam (w pamięci)* i *Recenzje*. Swoje materiały znajdują tu miłośnicy i nauki politycznej, i debat publicznych, i literatury (zarówno krytycznej, jak i beletrystycznej), i historii, i recenzji na nowinki rynku książkowego, zwłaszcza naukowego, itp. Prawdziwe tajemnice wielu problemów humanitarnych ujawniają się w pełni powiązań indywidualno-dyskursywnych. W zalewie informacyjnym towarzyszącym każdemu mniej-więcej istotnemu tematowi społecznej egzystencji w wymiarze regionalno-globalnym wyo-



drębnią się, formuje, kondensuje, zgęszcza wysepka pojęć podstawowych, która ma wszelkie szanse stać się filarem światopoglądu przedstawiciela inteligencji, niezależnie od jego przynależności etnicznej.

Premierowym materiałem numeru, a tym samym całego 2019 roku, jest rozmowa-wywiad Krzysztofa Tyszki-Drozdowskiego, polskiego filozofa i socjologa, z Erikiem Zemmourem, francuskim pisarzem i dziennikarzem politycznym ściśle związanym z *Le Figaro*, autorem książek *Francuski los*, *Francuskie samobójstwo*, *Francuska melancholia* itp., będącym wyrazicielem francuskiego prawicowego konserwatyzmu. Zarówno ten, który dzieli się swymi poglądami, jak i wywiadowca wypowiadają antonimiczne ideologie Unii Europejskiej jako organizacji politycznej, uformowania ponadnarodowego, opinie w pewnym stopniu skorelowane z podobnymi u przedstawicieli obyczajowej wspólnoty europejskiej, znajdujące w nich oddźwięk. W innym tekście, już tylko Tyszki-Drozdowskiego, artykułowane poglądy są wzmocnione argumentami raczej nie do odparcia, które jednak poparte są faktami historycznymi z przeszłości Francji i stanowią komentarz do wielu wypowiedzi Zemmoura. 'Dzisiaj projekt wielokulturowy zakłada zniszczenie narodów, przekształcenie ich w mieszanek ludzką i źródło taniej siły roboczej. Jakobini globalizacji zalewają Europejczyków strumieniami ludzi z Afryki, aby przełamać ich opór i wyeliminować dziedzictwo duchowe, zwyczaje, języki i tradycje, ostatnie przeszkody na drodze do rynku światowego. [...] Europa to jedna wielka Vendée' [5, S. 29].

W artykułach mamy do czynienia z klasycznym dialogiem zarówno w formie, jak i treści. Pierwszy wywiad świadczy o celowości doboru rozmówcy dla redakcji, drugi materiał stanowi anal-

izę tego, co wywiadowca usłyszał we frakturze poprzez własne wytyczne światopoglądowe. To znaczy, niby pewien historyczny krąg immanentnych zadań dziennikarstwa jako takiego został zamknięty jako rzecz sama w sobie: dialog pomiędzy tym, kto ma informację, a tym (tymi), który(e) chce(a) dostrzec tej informacji, ale postrzegać ją nie w narzuconej wersji, lecz zgodnie ze swoimi przekonaniem. Zagraniczny czytelnik-rezydent widzi w umieszczonych materiałach zarówno 'domowe przygotowania', jak i roszczenia (w dobrym tego słowa znaczeniu) do eksterytorialnej szerokości światopoglądowej, która nie może go nie zainteresować, gdyż wynika możliwość porównania z podobnymi źródłami, do których ma łatwy dostęp w swoim kraju. Osoba skłonna do *intelligibilis*-refleksji (a nie jest to zwykła przeciętna osoba) zawsze zauważa takie wydania, gdy pojawiają się w jego polu widzenia, i ocenia je indywidualnie.

Następny materiał z rubryki *Edukacja publiczna — Dwie cywilizacje. Edukacja pomiędzy tradycją a nowoczesnością* jest typowym 'domowym przygotowaniem', gdyż chodzi o wyzwaniach stojących przed polską szkołą, zwłaszcza średnią. O szczegółowym przestudiowaniu tematu świadczą chociażby podtytuły artykułu: 'Gdzie jest edukacja polska (i europejska)?', 'Utylitaryzm czy wiedza?', 'Czy polska szkoła powinna służyć wychowaniu?' i inne. Większość podtytułów ma charakter zdań pytających, co oznacza, że autor, Jan Owczarek, nie przedstawia własnych refleksji na zadany temat, które mogą pozostać zamyśleniami retorycznymi i sakramentalnymi, lecz wchodzi w aktywny polilog z nieznaną mu publicznością i ma konkretne recepty na zmianę sytuacji: 'Nie zaprzeczając konieczności doskonalenia metod pracy szkoły polskiej w społeczeństwie rozwijającym



się technologicznie, należy stanowczo przeciwstawiać się propozycjom niszczenia tradycji polskiej i europejskiej, a także łacińskiej, co odbywa się poprzez wzmożenie wpajania dzieciom, młodzieży i nauczycielom fałszywych, manipulowanych narracji. W tej sytuacji ostatecznym celem jest przywrócenie właściwego statusu prawdziwemu, niepodlegającemu naciskowi 'politycznej celowości', nauczaniu historii Polski, powrót nauczania łaciny, przynajmniej w klasach humanitarnych ogólnokształcących liceów, a także wprowadzenie filozofii klasycznej jako antidotum na postmodernistyczne zniekształcanie faktów' [6, S. 35].

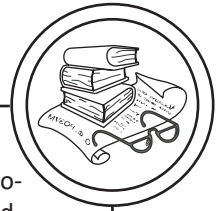
'Domowe przygotowanie' bezpośrednio 'pulsuje' pod piórem autora w redaktorskiej obróbce, temat ujawnia się w emocjonalnie-symultannej wieloaspektowości. Jan Owczarek na różne sposoby nawoływa, aby nie ulegać patentowanemu optymizmowi, jaki można usłyszeć z ust urzędników ministerstwa branżowego realizującego reformę wykształcenia i szkoły jako jego elementu składowego, gdyż w ten sposób dokonuje się zaprzeczanie wszechobecności narodowo-kulturowego cierpienia, które przejawia się w wymazaniu przez globalizację indywidualności narodowej i które konkretnie ucieleśnia się w każdym dorastającym obywatelu. Ponieważ dorosły rzadko zmienia swoją identyfikację etniczną, zwłaszcza na korzyść *nadspołeczeństwa*. A zaprzeczanie wszechobecności jakiegokolwiek cierpienia jest ukrywaniem pod pancierzem niewrażliwości na ból innych ludzi, celem czego jest zapewnienie pozostawania emocjonalnego, pozostawania cywilizacji nowego czasu. Pozostawanie przez swoiste okrucieństwo wobec norm poprzedniego życia, w tym w sektorze edukacji.

Jeszcze jedna praktyczna odmiana heglowskiego prawa negacji w 'domo-

wym przygotowaniu' redakcji działa zachęcająco na potencjalnego docelowego czytelnika zagranicznego, ponieważ po raz kolejny ukazuje paradygmatyczne kryteria doboru materiału w numerze, ważne dla swoistego konsumenta produktu drukowanego.

Uwzględniając pozytywną pamięć historyczną, jaką mogą posiadać przyszłe 'docelowscy' (z punktu widzenia pozytywnego narodowego konserwatyzmu), a także dostosując strategię *implicit*-narzucania czytelnikowi swych tematów do dyskusji po materiale o wykształceniu, jako tematycznie-duchowe następstwo, oraz w ramach jubileuszowych obchodów osoby, idą rozmowy 'Arcanów' z krytykiem literackim i poetą Jerzym Gisellą. Rozmowa znalazła swoje miejsce w rubryce o tym samym tytule: *Rozmowa 'Arcanów'*. Jerzy Gisella dużo mówi o stanie współczesnej literatury polskiej w kontekście światowej, o społecznych tendencjach rozwoju we wszystkich jego wielowektorach, a na zakończenie wyraża opinię, która może być ciekawa zarówno dla nosicieli pozytywnego historyzmu i jego negatorów: 'Uważam, że bez Kresów Polska jest niepełnowartościowej. Nie mówię tu o śmierci inteligencji, własności ziemskiej, ale o Kresach, które przez wiele wieków były olbrzymim źródłem naszej kultury. Stamtąd pochodziła większość znanych Polaków! W tym i dynastia Jagiellonów! Kraków zajął miejsce tego, co mogło i powinno być: Lwów, Wilno, Pokucie itd.' [7, S. 55].

To już 'domowe przygotowanie', ale zorientowane na zewnątrz. Krajowy konsument drukowanego produktu (oprócz sformowanego przez paryską 'Kulturę' Jerzego Giedroycy) odczuje taką opinię jako należną, więcej tego — zostałby podziwionym, gdyby taka myśl nie wyraziłaby w jakiś inny sposób. Jednak z poglądu komercyjnego zachęcania rozważania o Kresach w dyskursie sar-



matyzmu nie są udanymi: jest to tym, co musi immanentnie należeć każdej osobistości narodowo zorientowaną, zwłaszcza mającej pretensję na intelektualizm, a więc jest to opinia między innymi opiniami **innych** czasopism społeczno-politycznych. Inna rzecz — użytkownik jest zagraniczny i w swej większości nie zapoznany z paletą podobnych czasopism poza granicami swego kraju, do tego jest ukształtowany w mentalności nietypowej dla rodzimych czytelników. Nietypowość w wymiarze emocjonalnym powoduje odrzucenie powyższej opinii, jednakże spodziewanie na poznanie przez rozum, czyli *intelligibilis*, uzasadnia się strategicznie, gdyż oznacza (i przewiduje) zważone podejście do każdej kwestii, także kontrowersyjnej. Odwoływanie się do *intelligibilis*—podwalin rozwiniętej osobistości zaciera międzyetniczne zapory niepojmowania różnych audytoriów czytelnicznych, co oznacza przynajmniej zwracanie uwagi na treść merytoryczną i zwiększanie zainteresowania czasopismem.

Wśród innych treści omawianego numeru można wyróżnić dwa materiały, skierowane wyłącznie do czytelnika zewnętrznego, bardzo zainteresowanego poszerzeniem własnej erudycji. To artykuł historyka Henrika Głębockiego *Jak wywołać wojnę 'polsko-polską' (1863–1864)?* — o nie do końca zbadanej prowokacji Iwana Liprandiego w czasach insurekcji Styczniowej 1863 roku oraz przegląd encyklopedycznego charakteru autorstwa Tomasza Szczerbiny *Inna Ameryka (o Liberii)*. Nazwa przeglądu mówi sama za siebie.

Iwan Liprandi — pierwowzór bohatera opowiadania „puszkińskiego *Strzał* — odegrał w historii rosyjskiego fourieryzmu taką samą rolę jak Sergiusz Degajew w ruchu narodnickim czy Jewno Azef w działalności partii socjalistów-rewolucjonistów. Bez jego inicjatywy, a

potem dalszego aktywnego zaangażowania, sprawa petraszewców nie odbyłaby się. Henrik Głębocki, biorąc pod uwagę ilość i charakter jego działań, nazywa go nawet „złotym wiekiem XIX wieku”.

Autor artykułu, znany polski historyk-rusycysta, w pewnym stopniu nawiązuje do oceny Liprandiego A. Woznym, który napisał pracę *Petraszewski i carska policja polityczna* [8], ale jego celem tutaj jest uwypuklenie kolejnej prowokacji wszechobecnego generał-majora. Kwintesencją rozważań Głębockiego można uznać jego ostatnią frazę: „Jednakże zamiłowanie odwieczną strategią *divide et impera* według potrzeb policyjnego scenariusza, jak nakreślił weteran służb carskich Iwan Liprandi, albo, gdy to jest konieczne, z racji politycznej celowości, pozostało niezmienną, choć zwyczajowo ukrytą, tendencją centrum cesarskiego, które dąży do utrzymania byłych okolic lub przywrócenia w nich swoich wpływów” [9, S. 86–87].

Jest zrozumiałym, że artykuł został napisany na temat szpiegostwa i nie jest przeznaczony dla przeciętnego czytelnika zagranicznego, ale raczej dla czytelnika wschodniocentrycznego, a także nie dla przeciętnego. Jest w nim, obok informacji historyczno-politycznej, pewny dyskurs filologiczno-literacki, który także ma swoje czytelnictwo i w walkę o które włączyło się zarządzanie pisma nie tylko w materiale Henrika Głębockiego, ale także w rubryce *'Arcana' literatury* (w tym numerze) czy *Canon* (w innych numerach). Historyczno-literackie wiadomości tutaj są na peryferii uwagi czytelnicznej, lecz w krokach zmierzających do zwiększenia zainteresowania wydaniem, w monitorowaniu połączeń interdyscyplinarnych (historia i literatura) ujawniają się widoczne wyniki strategii marketingowych pisma. Ich ogólna istota — być potrzebnym „mądrym” czytelnikowi,



ponieważ on w najmniejszym stopniu podlega emocjom i odczuciom przy podejmowaniu decyzji o tym, czy zostać 'członkiem klubu 'Arcana''. Im więcej 'członków klubu', tym bardziej rozbudowana jest sieć 'agentów wpływu' redakcji, i rosną szanse na **zapotrzebowanie** *ideologii zdrowego narodowego konserwatyzmu*. Ostatnie stanowi istotny bonus w kształtowaniu polityki gospodarczej tego środka masowej komunikacji.

Przegląd encyklopedyczny Tomasza Szczerbiny *Inna Ameryka (o Liberii)* jest zbiorem historyczno-politycznych wiadomości o przestrzeni liminalnej Afryki Zachodniej, która z 1822 roku zaczęła zaludniać się przez byłych czarnych niewolników ze Stanów Zjednoczonych Ameryki, a w 1847 roku została ogłoszona zakazanym dla ekspansji europejskiej terytorium, które przyjęło swoją nazwę jako pochodna dumnego łacińskiego słowa *liber* — 'wolny'. Najwyraźniej, wybór padł na ten kraj nieprzypadkowo, o ile w nr 148 temat został kontynuowany, co zobiektywizowało się w pojawieniu kolejnego artykułu tego samego autora — *Przygoda Liberyjska II RP* [10]. Można zakonkludować, że planowany jest niejeden artykuł, zarówno o Liberii, jak i o innych krajach Afryki, gdzie Polacy zostali postrzegani w taki czy inny sposób, a bynajmniej nie jako turyści.

Materiał(y) o Liberii jest typowym redakcyjnym posunięciem marketingowym, immanentność którego można wyrazić słowami: o egzotyce dla zwyczajnego lub niezwykle dla przeciętnego (pod zwyczajnym i przeciętnym mamy na myśli czytelnika). Z jednej strony nie ma tu nic supernowego, bo we wszystkich państwach z mniej więcej rozwiniętą czwartą władzą są pisma humanitarne które zamieszczają na swoich łamach artykuły o tematyce etniczno-geograficzno-przygodo-

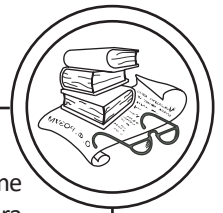
wej, a również inne ciekawostki urozmaicające 'asortyment' numeru. Z drugiej jednak strony zagraniczne rozważania nad sposobem prezentacji *exōtikos informātiōnis* są porównaniem, rywalizacją z tym samym w rodzimych magazynach dla cudzoziemnego czytelnika. A znaczy zwycięża silniejszy (w tym przypadku ciekawszy), tym większa dbałość o lepsze przygotowanie i dobór redportfolio. Oznacza to, że wykorzystanie czasem tego, co pojawia się w innych, stanowi dodatkowy bodziec w walce o odbiorcę swoich materiałów, zwłaszcza zewnętrznego (zagranicznego) [11].

Pozostałe materiały numeru mają tę samą wagę semantyczną-znaczeniową dla każdego intelektualisty z dziedzin kultury, historii, polityki, literatury, dziennikarstwa. Kompozycja i wypełnienie innych numerów czasopisma zarówno za rok 2019, jak i poprzednie zostały zorganizowane według tego samego paradygmatu.

### Konkluzje

Różnią się rubryki, różne akcenty kładzione są na stare tematy, poruszone są nowe, ale strategiczne kierunki działalności czasopisma pozostają niezmiennione. Przez całe 30 lat istnienia 'Arcana' stawia nie na szerokie grono czytelników ze swoimi nieprzewidywalnymi gustami i upodobaniami, ale na warstwę tych ostatnich — bardziej wymagających pod względem jakości treści, dających się analizować, czasem fraktalnych w ocenach, nieco kapryśnych. Jednak ze względu na niewielką liczebność ta warstwa (inteligencja) nie jest w stanie zapewnić czasopismu trwałego funkcjonowania gospodarczego, zwłaszcza biorąc pod uwagę immanentne ograniczenie środków promocyjnych czasopism propagujących określoną ideologię opinii publicznej. W takich wydaniach lwia część przede





wszystkim wysiłków organizacyjnych idzie na przekonanie oponentów, i dlatego na podwaliny istnienia zwraca się uwaga w ostatniej kolejności.

Wynika z tego, że jedyne ‘tylne wsparcie’ (jako najtańsze) polega tylko na ekstensywnych poszukiwaniach członków zawsze niejednorodnej warstwy, także

poza granicami kraju, w którym wydawane jest pismo. Aby zainteresować amatora lub fachowca z kultury, historii, polityki, filologii, należy apelować do jego **umysłowości**, czyli inaczej *intelligibilis*—podstaw już ukształtowanej osobistości, co i demonstrowało czasopismo zdrowe o polskiego konserwatyźmu ‘Arcana’.

## Bibliografia

1. Портніков В. Четверта влада: вплив, виклики, відповідальність: цикл відкритих лек. Еспресо ТВ: телеканал, 01–20 груд. 2019.
2. Od redakcji (refleksje przed srebrnym weselem) // Arcana. 2019. № 1–2. pp. 5–7.
3. Od redakcji // Arcana. 2017. № 6. pp. 5.
4. Усе, що було: записи 30–40-х років, 1986. Київ: Звукозапис. дільниця ВСГ, грп.: 33 об/хв., моно.
5. Tyszka-Drozdowski K. Rewolucja z głębi / K. Tyszka-Drozdowski // Arcana. 2019. № 1–2. pp. 17–29.
6. Owczarek J. Dwie cywilizacje. Oświata między tradycją a nowoczesnością / J. Owczarek // Arcana. 2019. № 1–2. pp. 32–41.
7. ‘Byłem trochę inny’. Z Jerzym Gizellą rozmawia Maciej Urbanowski // Arcana. 2019. № 1–2. pp. 42–56.
8. Возний А. Ф. Петрашевський і царська таємна поліція / А. Ф. Возний. Київ: Наук. думка, 1985. 138 с.
9. Głębocki H. Jak wywołać «wojnę polsko-polską» (1863–1864)? Generał-majora Iwana Liprandiego plan sprowokowania konfliktu ‘białych’ i ‘czerwonych’ podczas Powstania Styczniowego / H. Głębocki // Arcana. 2019. № 1–2. pp. 57–87.
10. Szczerbina T. Liberyjska przygoda II Rzeczypospolitej / T. Szczerbina // Arcana. 2019b. № 4. pp. 183–196.
11. Szczerbina T. Inna Ameryka (o Liberii) / T. Szczerbina // Arcana. 2019a. № 1–2. pp. 114–130.

## References

1. Portnikov, V. (December 1–20, 2019). Chetverta vlada: vplyv, vyklyky, vidpovidalnist: tsykl vidkrytykh lek. [The fourth power: influence, challenges, responsibility: cycle of open lectures]. *Espresso TV: TV channel* [in Ukrainian].
2. (2019). From the editor (reflections before the silver wedding). *Arcana*, 1–2, 5–7 [in English].
3. (2017). From the editor. *Arcana*, 6, 5–7 [in English].
4. (1986). *Use, shcho bylo: zapysy 30–40-kh rokiv* [Everything that was: recordings of the 30s and 40s]. Kyiv: Zvukozapys. dilnytsia VSH, hrp.: 33 ob/khv., mono [in English].
5. Tyszka-Drozdowski, K. (2019). Rewolucja z głębi [Revolution from the depths]. *Arcana*, 1–2, 17–29 [in Polish].
6. Owczarek, J. (2019). Dwie cywilizacje. Oświata między tradycją a nowoczesnością [Two civilizations. Education between tradition and modernity]. *Arcana*, 1–2, 32–41 [in Polish].
7. (2019). ‘Byłem trochę inny’. Z Jerzym Gizellą rozmawia Maciej Urbanowski [‘I was a little different’. Maciej Urbanowski talks to Jerzy Gizella]. *Arcana*, 1–2, 42–56 [in Polish].



8. Voznyi, A. F. (1985). *Petrashevskiy i tsarska taiemna politsiia [Petrashevskiy and the royal secret police]*. Kyiv: Nauk. dumka, 138 p. [in Ukrainian].

9. Głębocki, H. (2019). Jak wywołać 'wojnę polsko-polską' (1863–1864)? Generał-majora Iwana Liprandiego plan sprowokowania konfliktu 'białych' i 'czerwonych' podczas Powstania Styczniowego [How to cause the 'Polish-Polish war' (1863–1864)? Major-General Ivan Liprandi's plan to provoke a conflict between the 'whites' and the 'reds' during the January Uprising. *Arcana*, 1–2, 57–87 [in Polish].

10. Szczerbina, T. (2019b). Liberyjska przygoda II Rzeczypospolitej [The Liberian Adventure of the Second Polish Republic]. *Arcana*, 4, 183–196 [in Polish].

11. Szczerbina, T. (2019a). Inna Ameryka (o Liberii) [Another America (about Liberia)]. *Arcana*, 1–2, 114–130 [in Polish].

**У статті йдеться про методи залучення зарубіжного читача-передплатника часописом «Arcana», що сповідує ідеологію здорового польського консерватизму. Розкрито філософію важливості проведення «експансіоністської» політики редакцією. Акцентується, що інтелектуальний маркетинг, застосований в редакційній політиці, дає вагомі результати і розширює аудиторію шанувальників журналу.**

**Ключові слова: журналістика; інтелігібельність; інтелігенція; часопис «Arcana»; преса.**

Надійшла до редакції 09.09.23