

AGATA MUC¹

TARGI WYDAWCÓW KATOLICKICH JAKO FORMA PROMOCJI KSIĄŻKI RELIGIJNEJ

Targi książki szczył się tradycją sięgającą XV wieku. To wtedy właśnie popularne w Europie jarmarki stały się także miejscem prezentacji i handlu książką w nowoczesnej drukowanej postaci, jaką zawdzięczała wynalazkowi Gutenberga. W procesie historycznego rozwoju targi przekształciły się z imprez o charakterze lokalnym w spotkania prestiżowe, odgrywające istotne znaczenie w kształtowaniu krajowego i międzynarodowego rynku książki, a także szeroko pojmowanej kultury literackiej i czytelniczej. Obecnie są to przedsięwzięcia o charakterze kulturalnym, ekonomicznym i społecznym, coraz szerzej wykorzystujące nowoczesne media, struktury informatyczne oraz szeroki wachlarz środków artystycznych. Jednak bezpośredni kontakt z czytelnikiem to bezsprzecznie najistotniejszy walor targów jako narzędzia promocji. Pomimo, że targi specjalistyczne, jakimi są Targi Wydawców Katolickich, skupiają mniejszą liczbę odwiedzających aniżeli np. Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie lub Frankfurtach, to są one ważnym wydarzeniem na rynku księgarskim i największą tego typu imprezą w Europie środkowo-wschodniej. Organizowane od 11 lat cieszą się dużą popularnością wśród wydawców katolickich, ponieważ przyciągają głównie osoby zainteresowane literaturą religijną, czyli już wyselekcjonowane grono potencjalnych nabywców. „Stanowią nie-

¹ W 2001 roku ukończyła studia na Uniwersytecie Śląskim w Instytucie Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej. Obecnie pracuje na stanowisku młodszego bibliotekarza w Bibliotece Teologicznej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Zajmuje się zakupem publikacji polskich i zagranicznych oraz akcesją nowości książkowych.

zwykłą okazję do poznania ciekawych oficyn, firm w większości małych, o niewielkim budżecie, a co za tym idzie niezbyt imponujących możliwościach produkcyjnych (do 30 tytułów rocznie), które choć pozbawione gigantycznego kapitału i niejednokrotnie celowo ignorowane przez media, wydają coraz piękniejsze i wartościowsze dzieła. Impreza pozwala dostrzec dokonujący się z roku na rok wzrost dynamiki rozwoju katolickiego edytorstwa².

Nadrzędnym „celem Targów jest ewangelizacja we współczesnym świecie poprzez ruch wydawniczy oraz prezentacja dorobku poszczególnych oficyn, a także rozwijanie współpracy i integracja wydawców katolickich”³. Realizując misję ewangelizacyjną wydawcy muszą także brać pod uwagę kwestie ekonomiczne i techniczne, gdyż rynek książek katolickich rządzi się dokładnie tymi samymi prawami, co rynek książek świeckich. Dlatego, aby wykorzystać wszystkie szanse, jakie dają targi należy się do nich odpowiednio przygotować i zainwestować w reklamę.

Promowaniu wydawnictwa pomagają takie działania jak:

- zadbanie o oznakowanie i grafikę stoiska (tablice prezentacyjne, fotografie autorów, plakaty) mogące przyciągnąć uwagę zwiedzających, gdyż efekt wizualny ma poważne konsekwencje w kształtowaniu opinii o wydawnictwie jako całości,
- zorganizowanie spotkań i dyskusji z niektórymi autorami prezentowanych publikacji,
- przygotowanie katalogów z nowościami i zapowiedziami wydawniczymi,
- wydzielenie specjalnego miejsca na stoisku do prowadzenia rozmów branżowych i przydzielenie osoby za nie odpowiedzialnej,
- wyeksponowanie nowości z ostatniego roku, gdyż wyprzedaż starych tytułów stanowi złą wizytówkę wystawcy⁴.

Oprócz możliwości zaprezentowania własnego dorobku wydawniczego targi pozwalają również na realizowanie celów marketingo-

² Wolak, Jacek (2004). Jest lepiej niż się wydaje. Rynek książki katolickiej w Polsce. *Książki. Magazyn literacki* nr 4, s. 22.

³ *Biuletyn Targowy* (1998). Warszawa: Druk. TERCJA, s. 7.

⁴ Włodarczyk, Jacek (1999). Sześćdziesiąt kampanii promocyjnych dziennie? *AidaMedia* nr 9, s. 6.

wych, które są istotnym elementem działania każdej firmy. Do tego rodzaju celów zaliczane jest:

- rozpoznanie aktualnych trendów wydawniczych, planów przedstawionych przez konkurencję, co pozwala na określenie własnej strategii i specyfiki wydawniczej;
- spotkanie z zagranicznymi wystawcami, agentami praw autorskich, autorami;
- nawiązanie kontaktów z nowymi klientami⁵.

Niestety zdarzają się jeszcze wydawcy, którzy nie patrzą na targi pod kątem promocji, budowy swojego wizerunku czy utwierdzenia marki, gdyż wiąże się to z określonymi kosztami, a korzyści pojawiają się w dłuższym okresie czasu.

Jednakże historia Targów pokazuje, że coraz więcej wydawców katolickich zauważa korzyści płynące z udziału w tego rodzaju przedsięwzięciach i coraz chętniej w nich uczestniczy. Pierwsza edycja odbyła się w 1995 roku i zgromadziła 40 wystawców, z czasem liczba ta wzrosła do ponad 100 oficyn⁶. Inicjatorami pierwszego spotkania byli przedstawiciele Wydawnictwa M i WAM z Krakowa oraz Księża Marianie z Warszawy, a za głównego animatora wydarzenia uważany jest dyrektor WAM'u ojciec Henryk Pietras. Owocem pierwszych Targów było powołanie Stowarzyszenia Wydawców Katolickich, które od 1997 roku jest głównym organizatorem imprezy. Stowarzyszenie w swoim statucie zobowiązuje się do kształtowania katolickiego środowiska wydawniczego i promowania wydawców katolickich, m.in. poprzez inicjowanie i organizowanie różnego rodzaju wystaw, targów i kiermaszów. Na przewodniczącego Stowarzyszenia wybrano księdza Marka Otolskiego MIC, który od 8 lat sprawuje również funkcję dyrektora TWK. Targi od samego początku odbywają się w pierwszy weekend po świętach Wielkiej Nocy w szkole podstawowej w pobliżu Kościoła pod wezwaniem Najświętszej Maryi Panny Matki Miłosierdzia na warszawskich Stegnach. Ostatnie lata przyniosły tak duży wzrost zainteresowania imprezą, i to zarówno wśród odwiedzających jak wśród wydawców, że organizatorzy zaczynają poszukiwać dla niej innego większego

⁵ Bartel, Tomasz (1997). Targi jako spotkanie marketingowe. *Wydawca* nr 5, s. 46.

⁶ Frołow, Jakub (2001). *Raport o księżce katolickiej*. Warszawa: Biblioteka Analiz, s. 77.

miejsca. Obecnie Targi odwiedza około 7 tysięcy zainteresowanych, co wymaga odpowiedniego zaplecza i infrastruktury.

Od początku większość wystawców stanowiły podmioty Kościelne – oficyny zakonne, diecezjalne oraz ruchów katolickich. Jednak z czasem impreza zaczęła przyjmować coraz bardziej otwartą formułę oraz ekumeniczny wymiar. Na Targach zaczęli się pojawiać również wydawcy okazjonalnie zajmujący się książką religijną oraz proponujący pozycje dotyczące innych wyznań religijnych. Zapraszane bywają wydawnictwa ewangelików i protestantów, np. w 2002 pojawiła się poznańska oficyna Media Rodzina, prowadzona przez amerykańskiego pastora. Oferta targowa jest bardzo urozmaicona: obok książek z dziedziny teologii, duchowości i filozofii prezentowana jest także eseistyka historyczna, literatura faktu, poradniki, biografie, przewodniki i wiele innych gatunków. Każdorazowo wystawianych jest kilka tysięcy tytułów, spośród których wiele staje się bestsellerami, czego przykładem mogą być książki papieża Jana Pawła II lub jemu poświęcone.

Oprócz książek na targach prezentowane są także czasopisma, plakaty, karty pocztowe, kalendarze, a nawet ikony greckie. Coraz pokaźniejszą grupę zaczynają stanowić multimedia – płyty CD, kasy audio i video. Na uwagę zasługują także ciekawe prezentacje stron internetowych poświęconych tematyce religijnej, jak chociażby serwisu związanego z nauką Kościoła katolickiego OPOKA⁷ Katolickiej Agencji Informacyjnej⁸ czy też Chrześcijańskiego Serwisu Mateusz wraz z księgarnią internetową⁹. Również Stowarzyszenie Wydawców Katolickich uruchomiło swój własny serwis¹⁰ aby przekazywać na bieżąco informacje z przebiegu Targów oraz innych inicjatyw podejmowanych przez wydawnictwa katolickie. Stanowi to doskonałą formę promocji.

Poza tym Firma Konsultingowo-Marketingowa BMR z Krakowa w swoim serwisie internetowym Wasz Wirtualny Wydawca¹¹ stwo-

⁷ Tryb dostępu: <http://www.opoka.org.pl/> [odczyt: 03.08.2005].

⁸ Tryb dostępu: <http://www.kai.pl/> [odczyt: 03.08.2005].

⁹ Tryb dostępu: <http://www.mateusz.pl/> [odczyt: 03.08.2005].

¹⁰ Tryb dostępu: <http://www.swk.pl/> [odczyt: 03.08.2005].

¹¹ Tryb dostępu: <http://wirtualnywydawca.pl/> [odczyt: 03.08.2005].

rzyła specjalny sektor poświęcony książce katolickiej, który również informuje o targach.

Dzięki temu że Targi stały się największym tego typu wydarzeniem w naszej części Europy, zaczynają one nabierać coraz bardziej międzynarodowego charakteru i z każdym rokiem pojawia się na nich więcej wydawców z zagranicy. Od samego początku przyjeżdża ze swoją ofertą londyńskie „Veritas”, a od 1999 roku zapraszani są, jako Goście Honorowi, przedstawiciele różnych wydawnictw europejskich. Dotychczas gościli takie państwa jak: Białoruś (1998), Słowacja (1999), Czechy (2000), Rosja (2000, 2003). Rok temu podczas Jubileuszowych X Targów Gościem Honorowym była Liberia Editrice Vaticana reprezentująca Wydawnictwo Watykańskie, Bibliotekę Watykańską, Muzea Watykańskie i Archiwa Watykańskie. Pojawiają się także wydawcy z Europy Zachodniej np. Edizioni San Paolo z Mediolanu, Herder z Fryburga. W tym roku ponownie zaprezentowano publikacje z Włoch, ponieważ gościem honorowym było Stowarzyszenie Wydawców i Księgarzy Katolickich.

Od 1997 roku podczas Targów ogłaszane są wyniki konkursu na najlepszą katolicką książkę roku, a od 1999 – zwycięzcom wręczane są statuetki Feniksa. Obecnie Feniksy są przyznawane w 9 różnych kategoriach:

- Serii Wydawniczych
- Nauk Kościelnych
- Albumów i Edytorskiej
- Książek dla Dzieci
- Książek dla Młodzieży
- Książki Autora Zagranicznego
- Tłumacza
- Literackiej
- Multimedialnej

Każdego roku wybierany jest laureat Nagrody Głównej. Do tej pory wyłoniono następujących zwycięzców:

- ks. Jana Twardowskiego za całokształt twórczości,
- Oficynę Wydawniczą „Vocatio” za książkę *Biblia w przekładzie księdza Jakuba Wujka z 1599 roku. Transkrypcja typu „B” oryginalnego tekstu z XVI w.*,

- Prof. Stefana Swieżawski za całokształt twórczości piśmienniczej i edytorskiej,
- O. prof. Alberta Krąpca OP za całokształt twórczości piśmienniczej i edytorskiej,
- Prof. Irenę Sułkowską-Kuraś i prof. Stanisława Kurasia za dzieło *Bullarium Poloniae*,
- O. Jacka Saliję OP za całokształt twórczości piśmienniczej,
- Ks. Bpa Kazimierza Romaniuka za długoletnią pracę w dziedzinie popularyzacji *Biblii* oraz za przekład *Pisma Świętego* na język polski.

Podczas zeszłorocznych jubileuszowych Targów ufundowana została Nagroda Specjalna – Diamentowy Feniks 2004 – przyznana aż dwóm wydawcom: „Veritas” za całokształt działalności wydawniczej na emigracji oraz „Bernardinum” za wydane faksymile *Biblii Gutenberga*. W 2005 roku Diamentowe Feniksy otrzymała Spółdzielnia Wydawnicza „Czytelnik” za *Dziela zebrane* Adama Mickiewicza oraz Wydawnictwo „Stentor” za książkę *Europa, chrześcijańskie korzenie* autorstwa Jerzego Kłoczkowskiego. W 2004 roku Nagrodę Specjalną wręczono również księdzu Markowi Otolskiemu – prezesowi SWK za pracę wniesioną w rozwój katolickiego ruchu wydawniczego i organizowanie dotychczasowych edycji Targów. Natomiast dziennikarze mogą ubiegać się o nagrodę Małego Feniksa rozdawaną za promowanie książki katolickiej w mediach. Każdego roku wyniki konkursu są ogłaszane przez prasę, radio i telewizję, co stanowi doskonałą, a w dodatku bezpłatną formę reklamy literatury katolickiej oraz wydających je oficyn.

Zainteresowanie mediów wzbudzą również liczne imprezy promocyjne towarzyszące Targom Wydawców Katolickich, co dodatkowo podnosi ich prestiż i przyciąga ludzi stojących także poza Kościołem. Każdego roku organizowane są spotkania z autorami, panele dyskusyjne z udziałem ludzi z branży wydawców katolickich oraz spoza niej, konferencje prasowe, wystawy i koncerty. Wśród zaproszonych gości znaleźli się dotychczas m.in. przewodniczący Papieskiej Rady „Cor Unum” abp Paul Joseph Cordes, Prymas Polski kardynał Józef Glemp, rektor Papieskiej Akademii Teologicznej bp Tadeusz Pieronek, rzecznik Episkopatu Polski o. Adam Szulz, o. Józef Augustyn, o. Jacek Salij, Norman Davies, Amadeo Cencini.

Odwiedzający mają możliwość uczestniczyć w wielu ciekawych wykładach i dyskusjach dotyczących nie tylko życia Kościoła, ale także wielu problemów dotyczących współczesnego człowieka i otaczającego go świata.

Targi Wydawców Katolickich pokazują, że zainteresowanie książką religijną rośnie z roku na rok. Coraz więcej ludzi sięga po tego typu literaturę, a wydawnictwa katolickie odnotowują coraz większy wzrost sprzedaży swoich tytułów. Coroczne spotkania na warszawskich Stegnach umożliwiają dotarcie z ofertą do szerokiego grona odbiorców i stają się świętem dla tego rodzaju literatury. Organizatorom udaje się znakomicie pogodzić misję ewangelizacyjną Targów ze strategią promocyjną, co dobrze świadczy o polskim rynku książki katolickiej.

Publikacje autorki na podobny temat:

1. Muc, Agata [Dok. elektr.] (2004). Współczesne formy reklamy książki naukowej. *EBIB. Elektroniczna Biblioteka* nr 8 (59). Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2004/59/muc.php> [odczyt: 21.07.2005].
2. Wojtasik, Agata (2003). Święto książki katolickiej. IX Targi Książki Katolickiej. *Gazeta Uniwersytecka* nr 10, s. 14-15.
3. Wojtasik, Agata (2002). Szanse dla książki katolickiej. *Gazeta Uniwersytecka* nr 8, s. 23.