

OLGA DĄBROWSKA-CENDROWSKA

<https://orcid.org/0000-0002-7527-3789>

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

„Twój Styl” jako przykład magazynu dla kobiet – wstęp do badań¹

Streszczenie

„Twój Styl” to luksusowy magazyn kobiecy ukazujący się na polskim rynku prasowym nieprzerwanie od 1990 r. Jego twórczynią i pierwszą redaktorką naczelną była Krystyna Kaszuba, która wzorując się na zagranicznych czasopismach, tj. „Marie Claire” i „Elle”, stworzyła unikatowy polski magazyn luksusowy. W latach 1990–2021 „Twój Styl” wypracował pozycję lidera w swojej grupie typologicznej, stając się wzorem dla innych czasopism. Celem podjętych badań jest: przedstawienie stanu badań nad najważniejszym magazynem luksusowym na polskim rynku medialnym; wypuklenie najważniejszych wydarzeń w ponad trzydziestoletniej historii periodyku; określenie miejsca „Twojego Stylu” w grupie magazynów luksusowych istniejących na polskim rynku prasowym oraz nakreślenie kolejnych obszarów badań nad tym czasopismem.

Słowa kluczowe: prasa kobieca, „Twój Styl”, magazyny luksusowe

¹ Publikacja przygotowana/dofinansowana ze środków budżetu państwa w ramach programu „Społeczna odpowiedzialność nauki” Ministra Edukacji i Nauki. Jest wynikiem udziału w projekcie „Ośrodek Badań Historii Kobiet – kontynuacja”.

‘TWÓJ STYL’ AS AN EXAMPLE OF A MAGAZINE FOR WOMEN – PRELIMINARY RESEARCH

Abstract

‘Twój Styl’ is a luxury women’s magazine that has been published in the Polish press market continuously since 1990. Krystyna Kaszuba was its founder and the first chief editor. Taking inspiration from foreign magazines such as ‘Marie Claire’ and ‘Elle’ she created the unique Polish luxury magazine. In the years 1990–2021 ‘Twój Styl’ developed the position of a leader in its typological group, becoming a model for other magazines. The aim of the research is: to present the state of the research on the most important luxury magazine on Polish media market; to highlight the most important events in over 30-year history of this periodical; to define the place of ‘Twój Styl’ in the group of luxury magazines existing on Polish press market and to outline further areas of research on this magazine.

Keywords: women’s press, ‘Twój Styl’, luxury magazines

Wstęp

Badania nad prasą kobiecą zdaniem Angeli McRobbie „nigdy nie zajmowały wiodącego nurtu w badaniach nad mediami. Dlatego brakuje kompleksowego ujęcia tego zagadnienia”². W podobnym tonie wypowiedziała się także María Isabel Menéndez: „czasopisma adresowane do kobiet (zwykle zwane *prasą kobiecą*) wzbudziły niewielkie zainteresowanie jako przedmiot badań, pomimo swojej długiej historii i niezaprzeczalnego znaczenia na rynku wydawniczym”³.

Obydwa przywołane cytaty odnoszą się także do polskiej prasy kobiecej, gdyż mimo jej popularności, znaczenia dla czytelników, pełnionych funkcji oraz generowanych zysków dla wydawców brakuje badań zwłaszcza poszczególnych magazynów kobiecych, szczególnie tych, które zadebiutowały na polskim rynku prasowym po 1989 r. Wyłoniła się także luka w badaniach porównawczych prasy kobiecej funkcjonującej w różnych systemach medialnych⁴.

² Angela McRobbie, “More! New Sexualities in Girls and Women’s Magazines”, w: Angela McRobbie (red.), *Back to Reality? Social Experience and Cultural Studies*, (Manchester: Manchester University Press, 1997), 192.

³ María Isabel Menéndez, „Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nr 1, 2013, 191.

⁴ Olga Dąbrowska-Cendrowska, „Segment magazynów true story w Polsce i w Wielkiej Brytanii. Analiza na podstawie «Chwili dla Ciebie» i «Take a Break»”, *Media i Społeczeństwo*, nr 12, 2020, 244–261.

Coraz dobitniej widać zatem potrzebę analiz tego sektora prasowego niezależnie od okresu, w którym czasopisma kobiece funkcjonowały na rynku wydawniczo-prasowym. Zauważyli to Zofia Zalewska⁵, Jerzy Franke⁶, Zofia Sokół⁷ i Olga Dąbrowska-Cendrowska⁸, czyli ci, którzy starali się przedstawić kompleksowo tę grupę typologiczną w wybranej epoce.

W moim przekonaniu ważną rolę w uzupełnianiu białych plam w badaniach prasy kobiecej odgrywa Ośrodek Badań Historii Kobiet. Dzięki pracy badaczy związanych z Ośrodkiem poszerzono wiedzę z historii prasy adresowanej do kobiet, zwłaszcza ukazującej się w dwudziestoleciu międzywojennym oraz w okresie Polski Ludowej⁹. Małgorzata Dajnowicz, dostrzegając wartość i znaczenie prasy kobiecej w badaniach nad historią kobiet, postanowiła włączyć w spektrum zainteresowań Ośrodka także współczesne periodyki kobiece, czyli prasę ukazującą się po transformacji ustrojowej, czego pierwszym efektem są badania dotyczące magazynów: „Kobieta i Życie”, „Przyjaciółka” i „Uroda”, oraz ich roli w społeczeństwie w latach 1989–1995¹⁰.

⁵ Zofia Zalewska, *Czasopisma kobiece w Polsce: materiały do historii czasopism 1818–1937*, (Warszawa: Wyższa Szkoła Dziennikarska, 1938).

⁶ Jerzy Franke, *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918: w kręgu ofiary i poświęcenia*, (Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, 1999).

⁷ Zofia Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, (Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, 1995).

⁸ Olga Dąbrowska-Cendrowska, *Zmieniająca się rzeczywistość prasy kobiecej w Polsce w latach 1989–2019*, (Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2020).

⁹ Zob. m.in.: Justyna Zajko-Czochańska, „Kobiety i wybory na łamach «Przyjaciółki» w latach 1956–1976”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiectych*, nr 1(6), 2019, 138–150; Ewa Maj, „Wzorzec parlamentarzystki w prasie dla kobiet w Polsce międzywojennej”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiectych*, nr 1(6), 2019, 73–104; Małgorzata Dajnowicz, „Zwierciadło – platforma polityczna Ligi Kobiet w okresie PRL (1957–1961, 1982–1987)”, *Rocznik Historii Prasy Polskiej*, nr 3, 2017, 67–90; Urszula Ćwik, „Zagadnienie praw kobiet na łamach «Kobiety i Życia (1970–1989)»”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiectych*, nr 1(1), 2016, 66–83; Małgorzata Dajnowicz, „Wzorce aktywności publicznej kobiet w początkach transformacji ustrojowej w Polsce w świetle «Kobiety i Życia» i «Urody» (1989–1995)”, w: Teresa Kulak, Małgorzata Dajnowicz (red.), *Drogi kobiet do polityki (na przestrzeni XVIII–XXI w.)*, (Wrocław: Wydawnictwo Chronicon, 2016), 417–445.

¹⁰ M.in.: Anna Walczak-Szwed, „Prasa jako narzędzie społecznej i politycznej aktywizacji kobiet w latach 1989–1992. Polska prasa dla kobiet w czasie transformacji ustrojowej”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiectych*, nr 2(9), 2020, 110–137; Urszula Sokołowska, *Kobiety w przestrzeni publicznej w periodyku «Kobieta i Życie» (1999–2002)* – referat wygłoszony podczas VIII Spotkania Członków Zespołu i Współpracowników Ośrodka Badań Historii Kobiet Instytutu Studiów Kobiectych przy współpracy Pracowni Historii Kobiet w Katedrze Historii Kultury Uniwersytetu w Białymstoku, 7–9 października 2021 r.

W związku z powyższym artykuł stanowi próbę uzupełnienia luki w badaniach nad współczesną prasą kobiecą, a konkretnie nad jednym z jej przedstawicieli, „Twoim Stylem”. Periodyk wybrano celowo, gdyż przez ponad trzydzieści lat funkcjonowania na rynku wydawniczo-prasowym wypracował pozycję lidera w segmencie magazynów luksusowych. Stanowił punkt odniesienia, wzór dla innych magazynów z tej grupy typologicznej. Autorka postawiła sobie następujące cele: przedstawienie stanu badań nad najważniejszym magazynem luksusowym na polskim rynku medialnym; uwypuklenie najważniejszych wydarzeń w ponad trzydziestoletniej historii periodyku; określenie jego miejsca w grupie magazynów luksusowych istniejących na polskim rynku prasowym oraz nakreślenie kolejnych pól badawczych¹¹.

Zakres chronologiczny rozważań wyznaczają 1990 i 2021 rok. Pierwsza z wymienionych dat nie podlega dyskusji, gdyż wówczas, wiosną ukazał się pierwszy numer „Twojego Stylu”, którego niezwykła popularność uitorowała drogę kolejnym luksusowym magazynom. Rok 2021 ma znaczenie umowne. Stanowi on swoisty kompromis pomiędzy jak największą aktualnością opracowania a formalnymi i technicznymi uwarunkowaniami związanymi z procesem wydawniczym.

Stan badań nad magazynem luksusowym „Twój Styl”

Jak już wspomniano, brakuje badań monograficznych poszczególnych tytułów prasy kobiecej ukazujących się na polskim rynku prasowym po 1989 r. Na taki stan rzeczy mogą wpływać różne czynniki. Jednym z nich jest zapewne zainteresowanie młodych badaczy związanych z dyscypliną nauki o komunikacji społecznej i mediach nowymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, mediami społecznościowymi oraz zmianami w komunikacji zapośredniczonej itp. Prasę kobiecą badają także reprezentanci innych dyscyplin naukowych, m.in. historycy, politolodzy, językoznawcy, dla których stanowi ona bazę źródłową.

Krytyczna analiza literatury przedmiotu dotycząca badań nad „Twoim Stylem” wykazała, że informacje o magazynie pojawiały

¹¹ Autorka zdaje sobie sprawę, że przedstawiony artykuł jest wstępem do badań, nakreśleniem pól badawczych. W związku z powyższym jedynie sygnalizuje problemy, które, ma nadzieję, zostaną zbadane i zaprezentowane w ramach dalszych prac Ośrodka Badań Historii Kobiet w latach 2022–2023.

się w monografiach traktujących o całej grupie typologicznej. Zarówno Z. Sokół, jak i O. Dąbrowska-Cendrowska, traktując „Twój Styl” jako jeden z wielu analizowanych periodyków, zaprezentowały początki jego funkcjonowania na polskim rynku prasowym. Przedstawiły ówczesnych redaktorów naczelnych, wydawców, budowę formalną oraz linię programową pisma¹².

Badacze zajmujący się badaniami polskiego systemu medialnego od strony nadawców przekazu, czyli wydawców prasy, także odnotowali informacje dotyczące „Twojego Stylu”. W analizach systemowych porównujących ofertę wydawniczą poszczególnych koncernów prasowych magazyn został potraktowany jako część portfolio wydawcy¹³.

Rozstrzygając zagadnienia związane z wewnętrznymi działaniami, tzw. procesem subsegmentacji w obrębie współczesnej prasy kobiecej, badacze umiejscawiali „Twój Styl” w tworzonych typologiach¹⁴.

Badania wykazały, że największą grupę artykułów tworzyły te, w których „Twój Styl” stanowił źródło do analiz różnych problemów, tj.: sprawy książki¹⁵, felietony Krystyny Kofty¹⁶, przeobrażenia

¹² Zofia Sokół, *Prasa kobieca*, 245–248; Olga Dąbrowska-Cendrowska, *Zmieniająca się rzeczywistość*, 93–96.

¹³ Małgorzata Adamik-Szysiak, „Grupa Bauer Media w Polsce. Działalność i kierunek rozwoju”, w: Lidia Pokrzycka (red.), *Inwestycje koncernów na polskim rynku medialnym. Wybrane zagadnienia*, (Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2012), 51–96; Olga Dąbrowska-Cendrowska, *Niemieckie koncerny prasowe w Polsce w latach 1989–2008. Działalność wydawnicza, upowszechnianie treści, sposoby oddziaływania na czytelników*, (Warszawa: Wydawnictwo Elipsa, 2009), 91–92; Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, „Wydawnictwo Bauer – tradycyjny wydawca w cyfrowym świecie”, *Zarządzanie Mediami*, t. 9, 2021, 207–221.

¹⁴ Ryszard Filas, „Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys”, *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, 2007, 7–41; Małgorzata Lisowska-Magdziarz, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2008), 297–300; Olga Dąbrowska-Cendrowska, „Wysokonakładowe magazyny lifestylowe w Polsce w pierwszej dekadzie XXI w. – kryzys, stagnacja czy rozwój”, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, nr 16, 2013, 119–136; Mateusz Nieć, „Pisma opinii i czasopisma *life style* – dwie koncepcje rynkowego dziennikarstwa (analiza *Polityki*, *Wprost*, *Elle*, *Playboya* i *Twojego Stylu*)”, *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, 2010, 12–14; Edyta Zierkiewicz, „Prasa kobieca versus pisma feministyczne. Między «dobrowolnym» zniewoleniem a «wymuszoną» emancypacją?”, w: Edyta Zierkiewicz, Iwona Kowalczyk (red.), *Kobiety w kulturze popularnej*, (Wrocław: Wydawnictwo Konsola, 2002).

¹⁵ Katarzyna Wodniak, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki*, (Warszawa: Wydawca SBP, 2004); Monika Przybysz-Stawska, *Książka na łamach wybranych czasopism w Polsce u progu XXI wieku*, (Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2013).

¹⁶ Olga Dąbrowska-Cendrowska, „Krystyna Kofta jako reprezentantka felietonistów «Twojego Stylu» w latach 1990–2009”, w: Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Jerzy

feminizmu¹⁷, obraz choroby nowotworowej¹⁸, typy kultury popularnej¹⁹, prasa kobieca jako źródło informacji o aktywności zawodowej kobiet²⁰, analiza treści okładek „Twojego Stylu”²¹ czy język prasy kobiecej²².

Najważniejsze wydarzenia²³

Pierwszy numer „Twojego Stylu” ukazał się w Polsce na przełomie lipca i sierpnia 1990 r. Nowy miesięcznik z powodzeniem wypełnił lukę, jaka powstała na rynku prasowym po transformacji ustrojowej. Ten luksusowy magazyn, jakiego dotychczas nie było, został bardzo dobrze przyjęty przez otwarte na nowe propozycje czytelniczki. Założycielką i pierwszą redaktorką naczelną periodyku była Krystyna Kaszuba, która prowadziła pismo przez kolejnych dwanaście lat, do czerwca 2002 r. Niewątpliwie określiła charakter i linię programową „Twojego Stylu”. Znając dominujące trendy obecne w światowej prasie kobiecej, umiejętnie połączyła je z własnymi pomysłami, tworząc „dobry magazyn” na miarę oczekiwań polskich czytelniczek. K. Kaszuba odniosła niekwestionowany sukces, którego miarą jest pozycja „Twojego Stylu” – ewenementu na skalę światową. Warto podkreślić, że „nigdy wcześniej i nigdy po-

Snopek (red.), *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?*, (Warszawa: Wydawnictwo Adama Marszałka, 2011), 61–73.

¹⁷ Olivia Klusek, *Trywializacja feminizmu. Pop-feminizm, latte-feminizm i girl power w kobiecej prasie ilustrowanej segmentu luksusowego*, (Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2017).

¹⁸ Edyta Zierkiewicz, *Prasa jako medium edukacyjne. Kulturowe reprezentacje raka piersi w czasopiśmie kobiecych*, (Kraków: Wydawnictwo Impuls, 2013).

¹⁹ Beata Trzop, *Typy kultury popularnej na łamach czasopism kobiecych*, (Zielona Góra: Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, 2005).

²⁰ Anna Kozłowska, „O aktywności społeczno-ekonomicznej kobiet w czasopiśmie «Twój Styl»”, *Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Studia i Prace*, nr 3, 2012, 113–135.

²¹ Justyna Hachaj, „Analiza treści tematów z okładek „Twojego Stylu””, w: Ewa Jaska (red.), *Media w społeczeństwie informacyjnym*, t. 2, (Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 2010), 43–50; Anna Kubisztal, „Analiza postmodernistycznych tekstów wizualnych”, *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, nr 13, 2010, 517–539.

²² Anna Surendra, *Moda językowa na zapożyczenia angielskie w prasie kobiecej*, (Poznań: Wydawnictwo Naukowe Silva Rerum 2019); Alicja Gałczyńska, „Jak się zachować... Porady w polskiej prasie kobiecej. Zarys problematyki”, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, t. 9(20), 2017, 89–97.

²³ Prezentując „Twój Styl” w latach 1990–2021, skupiono się na roli redaktorów naczelnych, zmianach własnościowych oraz jubileuszach obchodzonych przez magazyn. Autorka zdaje sobie sprawę, że każde z wymienionych zagadnień wymaga dalszych dogłębnych analiz.

tem lokalne pismo nie wygrało konkurencji ze światowymi tytułami wydawanymi przez wielkie międzynarodowe koncerny. W latach 90. bywały numery, które sprzedawały się w nakładzie 600–700 tys. egz.”²⁴. W jednym z wywiadów Kaszuba wspominała: „czytelnicy długo byli przekonani, że jesteście tytułem licencyjnym, polską edycją zachodniego miesięcznika”²⁵.

„Twój Styl” w momencie debiutu nie miał konkurencji, gdyż na rozwijającym się, nienasyconym rynku prasy kobiecej, w grupie magazynów luksusowych był prekursorem. Wzory do naśladowania redakcja, siłą rzeczy, musiała czerpać ze znanych zachodnich marek, tj. „Vanity Fair”, „Vogue”, „Marie Claire”. K. Kaszuba zapewniała, że traktuje czytelniczki poważnie i do druku „kwalifikuje materiały dobre i bardzo dobre, ponieważ czytelniczki są wnikliwe i bardzo krytyczne”²⁶. Karolina Korwin-Piotrowska wspomniała moment pojawienia się „Twojego Stylu” na łamach swojej książki „Ćwiartka raz”:

medialne dziecko roku 1990, czyli „Twój Styl”, to marka świetna do dzisiaj. Pierwszy numer tej najważniejszej wtedy gazety dla kobiet ukazał się z datą lipiec–sierpień. Kosztował 7000 złotych i nie zapowiadał wielkiego fenomenu, który przyszedł z czasem. Na okładce anonimowa modelka z zagranicznego pokazu mody. Wygląda to wszystko jak niezbyt gruby folder perfumeryjnego dyskontu dołączany dziś do gazet. Jest biednie. Ale kolorowo. Zaledwie kilkadziesiąt stron kiepskiego papieru. Na uwagę zasługuje jednak treść. ... Pamiętam ten [pierwszy – O.D.C.] numer. Pamięta go chyba każdy z tego pokolenia. Bez przesady każdy. „Twój Styl” był idealnie skrojony pod potrzeby kobiety, dziewczyny tamtych czasów, choć po kryjomu czytali go też mężczyźni. Mówił o aspiracjach, edukował, pokazywał świat znany do tej pory zza muru. Uczłowieczał i oswajał nadchodzące zmiany. Dopiero teraz, kiedy wróciłam do czytania pierwszych numerów „Twojego Stylu”, przygotowując tę książkę, widzę, jaką gigantyczną robotę w kwestii kształtowania mentalności i edukowania nowoczesnej Polki wykonała ta gazeta. Gigantyczną i niestety chyba niedocenianą. Od

²⁴ Gabriela Rapiej, *Pierwsza redaktor naczelna i założycielka „Twojego Stylu” opowiada o swojej recepcie na sukces* [online] [dostęp: 12.12.2020]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.ofeminin.pl/swiat-kobiet/kariera/jej-sukces-twoj-styl-wywiad-z-krystyna-kaszuba/59vs55v>.

²⁵ Grzegorz Musiałek, „Władcy papierowych światów”, *Cash*, nr 10, 1994, 16.

²⁶ Andrzej Gedymin, „Magazyn dla inteligentnych kobiet, czyli «Twój Styl»”, *Rynek Prasowy*, nr 3, 1992, 14–15.

pierwszych numerów jest nie tylko światowa moda, i to nie z tanich niemieckich katalogów, ale z „Vogue” czy „Good Housekeeping” (polskie sesje pojawią się niebawem), ale i porady psychologów czy seksuologów – i nie o „dupie Maryni”, ale o poważnych rzeczach, o których wcześniej mówiono półgębkiem albo wcale, jak różnica wieku w związku, rozwód, impotencja, dominacja, emancypacja, a także adopcja, homoseksualizm, transseksualizm, bezpłodność. „TS” uczył, jak zarabiać, oszczędzać i wydawać zarobione pieniądze. Ambasador Edward Pietkiewicz miał od trzeciego numeru rubrykę „Bon Ton”, w której edukował o zasadach dobrego wychowania i zachowaniu się w towarzystwie. Pisał na przykład, jak powinna wyglądać wizytówka, atrybut biznesmena. „TS” edukował w różnych wymiarach²⁷.

Pierwszym wydawcą czasopisma była Oficyna Wydawnicza Interim. Zmiany w strukturach własnościowych rozpoczęły się w 1997 r. Wówczas połowę udziałów wykupiła w tej spółce amerykańska firma At Entertainment Inc. Mimo tych przeobrażeń „Twój Styl” nadal funkcjonował jako miesięcznik wydawany przez polską firmę. Kolejna zmiana miała miejsce w 2002 r. Wówczas koncern z niemieckim kapitałem Bauer Media kupił 100% udziałów w Wydawnictwie Prasowym Twój Styl, stając się właścicielem luksusowego magazynu.

Nowo zakupione pismo otrzymało kilkumilionowy budżet promocyjny. W maju ruszył pierwszy etap kampanii reklamowej. Nową redaktorką naczelną została Anna Achmatowicz-Schwendimann, która na łamach prasy fachowej podkreślała: „chcę utrzymać dotychczasowy charakter pisma i jednocześnie myślę o jego odświeżeniu. Nowy duch pojawi się w naturalny sposób. Jestem z innego pokolenia niż moja poprzedniczka. Wniosę swój temperament. Poza tym zmiany wymusza duch czasów. Piszemy o sprawach aktualnie interesujących kobiety”²⁸.

Koncern Bauer Media nie zmieniał grupy docelowej „Twojego Stylu”, jedynie ją dookreślił. Miesięcznik miał trafić do wykształconych i ambitnych kobiet między 20. a 49. rokiem życia, aktywnych zawodowo i dobrze sytuowanych mieszkanek dużych i średnich miast, niezależnych w poglądach i działaniu, stawiających na rozwój osobisty i ceniących uniwersalne, wartości tj.: rodzinę, miłość,

²⁷ Karolina Korwin-Piotrowska, *Ćwiartka raz*, (Warszawa: Prószyński i Media, 2014), 61–62.

²⁸ Katarzyna Prewecka, „Wierny Twój Styl”, *Media i Marketing Polska*, nr 12, 2002, 20.

przyjaźń, harmonię życia. Dzięki precyzyjnie określonej grupie docelowej, gadżetom dołączanym do magazynu i wspomnianej kampanii promocyjnej w telewizji, radiu i tytułach koncertu w 2002 r. „Twój Styl” ze średnią sprzedażą na poziomie 295 tys. egz. utrzymał pozycję lidera w segmencie luksusowych miesięczników kobiecych²⁹.

Kolejna zmiana na stanowisku redaktor naczelnej nastąpiła w lutym 2005 r. Funkcję tę objęła Jolanta Pieńkowska, znana telewizyjna dziennikarka i prezenterka informacji, która od jesieni 2004 r. zajmowała stanowisko dyrektora wydawniczego tytułu³⁰. Przeobrażenia spowodowało scalanie struktury miesięcznika ze strukturą koncernu Bauer Media. Taką procedurę firma wdrażała, mniej więcej, dwa lata po przejściu kolejnego czasopisma, utrzymując tym sposobem spójny model biznesowo-organizacyjny koncernu.

Jubileuszowy numer, z okazji 15-lecia „Twojego Stylu”, został wzbogacony o specjalny urodzinowy dodatek³¹. Suplement poświęcono najważniejszym kobietom tego okresu wybranym przez redakcję. Pojawił się także wywiad z Krystyną Kaszubą. Łącznie, z tradycyjnym męskim suplementem, objętość magazynu wyniosła 400 stron³².

W listopadzie 2007 ukazały się informacje w prasie branżowej i na stronie wydawnictwa Bauer Media, mówiące o tym, że od początku 2008 r. nowym redaktorem naczelnym zostanie Jacek Szmidt – związany z „Twoim Stylem” od 1991 r.³³ Szmidt najpierw pracował jako dziennikarz i reportażysta, a następnie jako zastępca redaktora naczelnego. Znał zatem czasopismo, wiedział, jak je prowadzić w coraz cięższych dla prasy czasach. W wywiadzie dla serwisu Wirtualnemedi.pl stwierdził:

zawodowstwo nie ma płci, zadanie redaktora naczelnego to profesjonalne tworzenie, redagowanie pisma, organizowanie pracy zespołu; tutaj płeć mózgu nie ma istotnego wpływu. Oczywiście, można by pytać, jak jest z tematyką mody, urody itd. Po pierwsze pracuję w *Twoim Stylu* 20 lat i nasiąknęłam tą tematyką w stopniu wystarczającym, po drugie – wychodzę z założenia, że pozycja re-

²⁹ Anna Błaszczak, „Kolejny rok mobilizacji”, *Rzeczpospolita*, nr 71, 2003, B3.

³⁰ Katarzyna Prewecka, „Pieńkowska kieruje «Twoim Stylem»”, *Media i Marketing Polska*, nr 7, 2005, 8.

³¹ *Twój Styl*, nr 12, 2005.

³² Joanna Dziwińska, „Bauer bardziej prestiżowy”, *Media i Marketing Polska*, nr 45, 2005, 12.

³³ Jacek Szmidt pełnił tę funkcję nadal w grudniu 2021 r.

daktora naczelnego jest liberalna i moi zastępcy mają dużą autonomię. Sztuka kierowania polega na tym, żeby wydobyć z ludzi samodzielność, kreatywność i kompetencje. Zakładam, że tymi tematami, które uznaje się za „niemęskie” zajmują się osoby tak profesjonalne, że ja mogę to tylko monitorować³⁴.

Kolejne okrągłe urodziny „Twój Styl” obchodził w 2010 r. W lutowym numerze magazynu rozbudowano część magazynową. Wywiad *Cała ja* zastąpił portret reportażowy *Jej styl*³⁵. Jubileusz uświetniły *Rozmowy 20-lecia* m.in.: z aktorką Magdaleną Cielecką. Na łamach czasopisma pojawiła się nowa kolumna pt. *Planeta Kobiet*, którą poświęcono gorącym tematom ze świata, tj. zmianom klimatycznym, sytuacji kobiet w różnych państwach świata, kobietom w polityce itp. Kolejną nowością był dział *Miejscówki*, czyli przewodnik po najmodniejszych miejscach w kraju. Rubryki z modą wzbogacono o materiał *Za wielką modą*, opowiadające o miejscach i ludziach z branży modowej, a także o część poradnikową, w której pojawiły się autorskie kolumny stylistów. Koncern Bauer Media zadbał o promocję urodzinowego numeru, która odbyła się w różnych stacjach telewizyjnych (TVP, TVN i Polsat) i radiowych (RMF FM, RMF Classic, Radio Zet i Chili Zet), Internecie (Interia.pl) oraz tytułach prasowych („Polityka” i „Pani”)³⁶.

W 2015 r. „Twój Styl” pod kierownictwem J. Szmidta obchodził 25. urodziny. O historii pisma, o wywiadach ze znanymi postaciami, o wpływie czytelniczek na kształt i okładkę pisma opowiadał w programie porannym „Dzień Dobry TVN” redaktor naczelny. Stwierdził, że magazyn jest pismem ciepłym, to jego zdaniem „mieszanka kawy z koniakiem”³⁷. Głównym wątkiem rozmowy był sposób doboru postaci na okładkę oraz ewolucja zawartości. Gość stwierdził, że we wszystkich badaniach potwierdza się fakt, że „Twój Styl” to nadal pismo do czytania, które zmienia się wraz z czytelniczkami. Obecnie kobieta sięgająca po „Twój Styl” to „pani

³⁴ Krzysztof Lisowski, *Zawodowstwo nie ma płci* [online] [dostęp: 12.12.2018]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/jacek-szmid-t-zawodowstwo-nie-ma-plci>>.

³⁵ *Twój Styl*, nr 1, 2020.

³⁶ „Odświeżony «Twój Styl» na 20. urodziny” [online] [dostęp: 12.10.2019]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/odswiezony-twoj-styl-na-20-urodziny>>.

³⁷ „W «Twoim Stylu» już 25 lat rządzą czytelniczki” [online] [dostęp: 12.12.2018]. Dostępny w World Wide Web: <http://dziendobry.tvn.pl/a/w-twoim-stylu-juz-25-lat-rzadza-czytelniczki>.

nie mam czasu”. Dlatego redakcja stara się ją „przekonać, że warto otwierać pismo”³⁸.

Trzydzieste urodziny magazyn świętował wiosną 2020 r., czyli w czasie pandemii wywołanej COVID 19. Na okładce kwietniowego wydania pojawiło się 14 znanych postaci tj.: aktorki, wokalistki, dziennikarki, które pod hasłem „30 lat razem. Teraz też!” zrobiły sobie selfie w domu pod hasłem #selfiezsercem. Z tych zdjęć powstała okładka jubileuszowego numeru. Z okazji urodzin redakcja zorganizowała także akcję #jesteśmyrazem w mediach społecznościowych – na Instagramie i Facebooku. Do akcji zostały zaproszone gwiazdy i influencerki, które zechciały wesprzeć czytelniczki w trudnych chwilach pandemii³⁹. „Twój Styl” z okazji swoich urodzin wybrał też sześć „Kobiet 30-lecia”, a redakcja wykonała im reporterskie portrety. Tytuł otrzymały: Irena Eris, Janina Ochojska, Dorota Soszyńska, Małgorzata Szumowska, Olga Tokarczuk i Martyna Wojciechowska. Jacek Szmidt podkreślił: „Czekaliśmy na jubileusz *Twojego Stylu*. 30 lat, jest co świętować. Miało być uroczyste i wesoło, ale... nic nie przeszkodzi nam być razem”⁴⁰.

Redakcja magazynu zawsze dbała o jego różnorodność tematyczną. Wielu poruszanych na jego łamach problemów próżno szukać w innych magazynach luksusowych. Anna Surendra zauważyła: „stosowany wachlarz gatunków dziennikarskich [w Twoim Stylu – O. D-C] można nie tylko określić mianem jednego z najszerzszych na polskim rynku, ale i najlepiej zrealizowanym pod względem warsztatowym (biorąc pod uwagę chociażby rzetelność, etykę i język artykułów prasowych)”⁴¹.

W swojej trzydziestoletniej historii funkcjonowania na polskim rynku prasowym „Twój Styl” był niekwestionowanym liderem wśród magazynów luksusowych. Na uwagę zasługuje fakt, że w latach 1990–2021 periodyk prowadziło jedynie czterech redaktorów. Jak już wspomniano, Krystyna Kaszuba i jej dwunastoletni okres pełnienia funkcji redaktorki naczelnej zakotwiczyły pismo na polskim rynku prasowym. Jacek Szmidt, który nieprzerwanie kieruje pismem od 2008 r., pracował w redakcji za rządów K. Kaszuby. Je-

³⁸ Ibidem.

³⁹ *Twój Styl*, nr 4, 2020.

⁴⁰ Ibidem, s. 6.

⁴¹ Anna Surendra, *Mody językowe*, 42. Zob. też. Olga Dąbrowska-Cendrowska, „Czy prasa kobieca potrzebuje gatunków dziennikarskich”, *Media i Społeczeństwo*, nr 6, 2016, 183–197.

go życie zawodowe związane jest zatem z magazynem. Ucząc się od założycieli, mógł kontynuować to, co wartościowe, wprowadzając zmiany tam, gdzie trzeba.

Miejsce „Twojego Stylu” w grupie magazynów luksusowych

Magazyny luksusowe na polskim rynku medialnym to subsegment, w który w latach 1990–2021 inwestowało, z różnym skutkiem, kilku wydawców. Były to koncerny zarówno z zagranicznym kapitałem, niemieckim i szwajcarskim, jak i polskim. Historia magazynów luksusowych w Polsce, co należy podkreślić, rozpoczęła się od debiutu „Twojego Stylu”, który wyznaczał standardy dla tego subsegmentu prasowego.

Grupę docelową tych miesięczników stanowiły głównie zamożne lub średniozamożne kobiety, dobrze wykształcone, realizujące się na wielu płaszczyznach. Takie, które cenią sobie swój rozwój i próbują zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym odnieść sukces. To zazwyczaj mieszkanki średnich i dużych miast, które mają wystarczające środki finansowe na realizację marzeń i zaspokajanie szerokiego wachlarza potrzeb. Badacze twierdzą, że czasopisma te kształtują określone postawy społeczne, normy i zwyczaje oraz styl życia osobistego i zawodowego⁴². Takim magazynem niewątpliwie był, w badanym okresie, „Twój Styl”.

W latach 1990–2021 kobiety wydawały do dyspozycji 13 luksusowych periodyków⁴³. Po trzy tytuły wydawały firmy: Burda International („In Style”, „Glamour” i „Elle”), Bauer Media („Twój Styl”, „Pani”,

⁴² Zob. też.: Tomasz Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, (Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007), 171–190; Edyta Zierkiewicz, „Czasopisma life-stylowe dla mężczyzn – (pozorna) opozycja dla prasy kobiecej”, *Studia Socjologiczne*, nr 1, 2008, 45–75.

⁴³ Autorka skoncentrowała się na magazynach, które pojawiły się na polskim rynku prasowym w latach 1990–2021. Uwzględniono wszystkie periodyki niezależnie od długości okresu funkcjonowania na rynku prasowym. Świadomie pominięto „Vogue”, gdyż z badań zawartości wynika, że jest to magazyn luksusowy, ale tematyczny – modowy. Autorka skoncentrowała się na tych tytułach, która należą do grupy ogólnotematycznych lub inaczej – wielotematycznych magazynów kobiecych. Takie rozumienie typologii prasy kobiecej zostało podyktowane znaczeniem słowa magazyn. Więcej na ten temat zob. Tomasz Mielczarek, *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*, (Kraków: Universitas 2018), 27–31.

„Well”⁴⁴) i Marquard Media Polska („Cosmopolitan”⁴⁵, „Joy” i „Amelia”⁴⁶). Jeden tytuł w swojej ofercie miały: Agora Sp. z o.o. („Wysokie Obcasy Extra”), Hachette Filipacchi Magazine („Marie Claire”)⁴⁷, Wydawnictwo Zwierciadło („Zwierciadło”) i Edipresse Polska („Uroda Życia”).

Analiza zawartości wykazała, że magazyny luksusowe to wewnętrznie niespójny segment prasy. Pierwszą grupę tworzyły klasyczne magazyny luksusowe charakteryzujące się różnorodnością tematyczną, tj. „Twój Styl”, „Pani”, „Zwierciadło”, „Elle”, „Wysokie Obcasy Extra” i „Uroda Życia”⁴⁸. Do drugiej grupy należały: „Joy”, „In Style”, „Cosmopolitan” oraz „Glamour”, które posiadały rozbudowane działy dotyczące mody, zakupów, urody. Tekst był raczej dodatkiem do fotografii. Pisma te przypominały katalogi mody-zakupowe będące przewodnikami po rozbudowanym świecie konsumpcji. Coraz bardziej ewoluowały zawartością, choć na niższym poziomie edytorskim i treściowym, w kierunku „Vogue’a” czy „Harper’s Bazaar” niż klasycznego magazynu luksusowego, który

⁴⁴ W lutym 2018 r. Bauer Media poszerzył ofertę o „Well”. Magazyn miał się wpisać w strategię inwestowania w rodzime marki, a nie pisma na licencji. Jednak w maju 2018 r. periodyk został zlikwidowany, a ze współpracy z firmą wycofała się redaktor magazynu, Dorota Wellman.

⁴⁵ W listopadzie 2019 r. firma Marquard Media, wydawca m.in. „Cosmopolitan” i „Joy”, poinformowała o zamknięciu magazynów. Firma tłumaczyła, że chce postawić na tworzenie rozwiązań technologicznych dla konsumentów i innych firm.

⁴⁶ Pierwszy numer „Amelii” pojawił się na rynku prasowym w lutym 2010 r. Zespół pod kierunkiem Ewy Wagner stworzył pismo, które miało konkurować ze „Zwierciadłem”. Magazyn adresowano do kobiet wykształconych, aktywnych zawodowo, powyżej 30. roku życia, zainteresowanych rozwojem osobistym, poznawaniem nowych kultur i zjawisk. Po ukazaniu się dwóch numerów pismo zniknęło z rynku prasowego. Redakcja tłumaczyła, że był to jedynie numer testowy. Wydawca twierdził, że pismo powróci na rynek za parę miesięcy. W rezultacie ukazały się jedynie dwa numery „Amelii”.

⁴⁷ „Marie Claire” mimo zmian wydawców nie udało się zdomować na polskim rynku prasowym. W drugiej połowie 2004 r. magazyn został wsparty intensywną kampanią promocyjną. Mimo podjętych działań wyniki ze sprzedaży egzemplarzowej nie zadowalały wydawcy. W styczniu 2005 r. pismo zniknęło z rynku prasowego. Na łamach prasy branżowej ukazały się informacje mówiące o tym, że centrala wydawnictwa Hachette Filipacchi Medias w Paryżu nie porozumiała się z oddziałem firmy w Polsce w sprawie wydawania tego magazynu. We wrześniu 2004 r. średnie rozpowszechnienie płatne ukształtowało się na poziomie 56 tys. egz.

⁴⁸ „Uroda Życia” na początku 2021 r. stała się z miesięcznika dwumiesięcznikiem. Jednak 1 kwietnia 2021 r. spółka poinformowała o zawieszeniu czasopisma. Tym samym w kwietniu ukazał się ostatni numer magazynu. Edipresse informowało, że taka decyzja wynikała z przyjętej strategii, której głównym założeniem była koncentracja zasobów i środków na rozwoju projektów internetowych, w tym roku szczególnie ukierunkowanych na obszar e-commerce. W portalach branżowych ukazała się też informacja o wynikach ze sprzedaży egzemplarzowej na poziomie 28,8 tys. egz. w 2020 r. Należy przypuszczać, że pismo stało się nierentowne.

odznaczał się zdecydowanie bogatszym materiałem dziennikarskim prezentowanym za pomocą różnych gatunków prasowych⁴⁹. Zapewne odmiennie sprofilowana grupa docelowa wpłynęła na politykę redakcyjną, która została przyjęta w poszczególnych magazynach. Klasyczne periodyki luksusowe wydawcy adresowali do kobiet od 35. roku życia. Od 2014 r., czyli od debiutu „Urody Życia”, coraz częściej i coraz odważniej podkreślano dojrzałość czytelniczek jako wartość. Natomiast adresatki pism: „Joy”, „In Style”, „Cosmopolitan” oraz „Glamour” były zdecydowanie młodsze. To kobiety między 20. a 30. rokiem życia, czyli pokolenie, które preferuje media sieciowe, nie ma nawyku sięgania po magazyny kobiece, nie jest przyzwyczajone do płacenia za treści i materiały dziennikarskie, a niezbędnych informacji szuka w internecie.

W tabeli 1 zaprezentowano magazyny luksusowe dla kobiet ukazujące się na polskim rynku w latach 1990–2021.

Wśród klasycznych magazynów luksusowych niekwestionowanym liderem pod względem średniej sprzedaży egzemplarzowej był „Twój Styl”. Mimo że jego rozpowszechnienie płatne w latach 2001–2018 zmalało z 289 do 154 tys. egz., był poza konkurencją. Na uwagę zasługują wyniki z 2002 i 2010 r. Wówczas magazyn osiągnął wynik na poziomie odpowiednio 296 i 292 tys. egz. Należy przypuszczać, że było to związane ze wzmożoną kampanią promocyjną, którą koncern Bauer Media zorganizował z okazji dołączenia tytułu do portfolio, a następnie z okazji 20. rocznicy funkcjonowania periodyku na polskim rynku prasowym.

Pozostałe tytuły, tj. „Pani”, „Zwierciadło”, „Elle”, „Wysokie Obcasy Extra” i „Uroda Życia”, osiągały zdecydowanie niższe rezultaty. „Pani” od 2006 do 2011 r. odnotowała wzrost średniej sprzedaży. Z pewnością pomogła zmiana właściciela i redaktorki naczelnej. W 2006 r. wynik ukształtował się na poziomie 91 tys. egz. W kolejnych latach wzrósł i był stabilny, osiągając średnio 113 tys. egz. Od 2012 do 2018 r. wyniki „Pani” systematycznie malały. W 2018 r. pismo wygenerowało sprzedaż na poziomie 71 tys. egz. „Zwierciadło” najniższe rezultaty, nieco powyżej 50 tys. egz., miało na początku XXI w. Następnie jego sprzedaż systematycznie rosła. W latach 2009–2012 pozycja miesięcznika była stabilna. Jego śred-

⁴⁹ Więcej na ten temat zob.: Olga Dąbrowska-Cendrowska, „Czy prasa kobieca potrzebuje”, 183–197.

Tabela 1. Segment magazynów luksusowych dla kobiet w latach 1990–2021

Lp.	Tytuł	Rok powstania	Wydawca	Ostatni redaktor naczelny
1	„Twój Styl”	1990 2002	Wydawnictwo Prasowe „Twój Styl” Bauer Media	Jacek Szmidt
2	„Pani”	1991 2005	Agencja Wydawniczo-Reklamowa „Wprost” Bauer Media	Monika Stukonis
3	„Zwierciadło”	1994	Zwierciadło sp. z o.o.	Jolanta Olekszyk
4	„Elle”	1994 2006	Hachette Filipacchi Burda International	Joanna Lorynowicz
5	„Cosmopolitan”	1997 2019	Marquard Media Polska Likwidacja pisma	Joanna Mroczkowska
6	„Marie Claire”	1998 2002 2004 2005	MC Press Hachette Filipacchi Magazine HFMC Polska Likwidacja pisma	Paulina Stolarek-Marat
7	„Glamour”	2003	Burda International	Katarzyna Dąbrowska
8	„Joy”	2006 2019	Marquard Media Polska Likwidacja pisma	Martyna Zagórska
9	„In Style”	2008 2018	Burda International Likwidacja pisma	Anna Zejdlar-Ibisz
10	„Wysokie Obcasy Extra”	2010	Agora SA	Aleksandra Klich
11	„Amelia”	2010 2010	Marquard Media Polska Likwidacja pisma	Ewa Wagner
12	„Uroda Życia”	2014 2021	Edipresse Polska Likwidacja pisma	Sylwia Niemczyk-Opońska
13	„Well”	2018 2018	Bauer Media Likwidacja pisma	Dorota Wellman

Źródło: badania własne.

nie rozpowszechnienie wyniosło 94 tys. egz. Należy podkreślić, że o jedyne czasopismo z grupy magazynów luksusowych, które w latach 2017–2018 odnotowało wzrost sprzedaży. Periodyk należący do polskiego wydawcy zakończył 2018 r. ze sprzedażą na poziomie 101 tys. egz. Dla porównania sprzedaż „Elle” to 47 tys. egz., „Wysokich Obcasów Extra” – 68 tys. egz. i „Urody Życia” – 63 tys. egz.

Wszystkie wymienione wyżej tytuły systematycznie traciły czytelniczki. Lecz największe różnice między najwyższym i najniższym wynikiem zauważyć można w przypadku „Twojego Stylu” i „Elle”. Widać też duże dysproporcje w średnim rozpowszechnieniu płatnym między tymi obydwooma tytułami.

Magazyny adresowane do młodszych czytelniczek zdecydowanie gorzej radziły sobie na rynku. Wyniki osiągnięte ze średniego rozpowszechnienia płatnego były niższe. Spadki sprzedaży były wyraźniejsze. „Joy” w roku debiutu na rynku wygenerował sprzedaż na poziomie 249 tys. egz., a 2018 zakończył z wynikiem 32 tys. egz. Burda International zawiesiła wydawanie „In Style”, gdyż jego sprzedaż w ostatnim roku ukazywania się wyniosła 19 tys. egz. Niewiele lepiej radziły sobie na rynku „Glamour” i „Cosmopolitan”. Młodszy odbiorca pewnie częściej sięgał po interesujące go treści do portali i serwisów internetowych. Należy przypuszczać, że malejąca sprzedaż spowoduje kolejne likwidacje luksusowych magazynów.

Reasumując, analiza danych ze sprzedaży wykazała, że klasyczne magazyny luksusowe adresowane do starszych czytelniczek, z obszerniejszą zawartością tematyczną, lepiej radziły sobie w zmieniającej się rzeczywistości. Natomiast te, które skierowano do kobiet młodszych, w 2018 r. zaczęły znikać z rynku. Taki los spotkał „In Style”, „Cosmopolitan” i „Joy”. Malejące wyniki „Glamour” także nie napawają optymizmem. Zapewne okres pandemii przyczynił się do likwidacji „Urody Życia”, czyli periodyku przeznaczonego dla starszych czytelniczek. Pod koniec 2021 r. z 13 magazynów luksusowych na rynku zostało siedem. W tabeli 2 przedstawiono wartości ze średniego rozpowszechnienia płatnego razem w latach 2001–2018⁵⁰.

⁵⁰ W tabeli skupiono się na danych ze sprzedaży za lata 2001–2018. Na początku XXI w. segment magazynów luksusowych był już ukształtowany. Z powodzeniem funkcjonowały i konkurowały na nim klasyczne magazyny luksusowe. Kolejne lata to debiuty nowych periodyków. Prezentacja danych została zakończona na 2018 r., gdyż wówczas ukazały się ostatnie pełne dane opublikowane przez ZKDP.

Tabela 2. Średnia sprzedaż magazynów luksusowych w latach 2001–2018

Rok	„Twój Styl”	„Pani”	„Zwierciadło”	„Cosmopolitan	„Elle”	„In Style”	„Joy”	„Glamour”	„Wysokie Obcasy Extra”	„Uroda Życia”
2001	289	58	55	107	110					
2002	296	65	53	121	95					
2003	286	64	72	128	97					
2004	260	83	72	128	87			192		
2005	254	75	63	133	87			152		
2006	251	91	65	132	87		249	159		
2007	260	108	73	137	81		221	132		
2008	258	110	78	137	76	107	204	132		
2009	250	115	94	129	77	86	182	125		
2010	292	114	91	121	73	87	159	116	106	
2011	239	103	94	112	73	88	138	111	91	
2012	227	98	94	93	73	70	113	98	86	
2013	216	86	84	89	66	56	92	87	88	
2014	207	79	79	91	61	57	89	75	83	74
2015	202	72	74	79	53	48	79	66	72	72
2016	200	82	65	65	53	40	59	57	74	81
2017	184	78	94	50	46	29	60	43	74	77
2018	159	71	101	35	47	19	32	45	68	63

Źródło: ZKDP.

Zakończenie

„Twój Styl” to wyjątkowy magazyn luksusowy funkcjonujący na polskim rynku prasowym od 1990 r. Krystyna Kaszuba, twórczyni i pierwsza redaktorka naczelna pisma, stworzyła rozpoznawalną markę. Dzięki jej wiedzy, znajomości trendów w polskiej i światowej prasie kobiecej oraz uczestnictwu w zagranicznych warsztatach i szkoleniach powstał ewenement na skalę światową. Zapewne już w 2002 r. zdawali sobie z tego sprawę kierujący koncernem Bauer Media w Polsce, kupując udziały w „Twoim Stylu”. Analiza działalności tej firmy medialnej wykazała, że przejmowała ona jedynie te periodyki, które gwarantowały sukces rynkowy, czyli zyski dla wydawcy. Tak też w branży medialnej na początku XXI w. postrzegane było to czasopismo kobiece.

Badacze prasy zgadzają się ze stwierdzeniem, że „Twój Styl” to jeden z ważniejszych magazynów w Polsce po transformacji ustrojowej. Jego popularność wśród czytelniczek, o czym świadczą zarówno dane ze sprzedaży egzemplarzowej, jak i badania czytelnictwa prasy, sprawiła, że stał się wzorem do naśladowania, periodykiem wyznaczającym trendy w swojej grupie typologicznej. Dlatego szczegółowym badaniom należy poddać kolejne okresy funkcjonowania magazynu na rynku prasowym z uwzględnieniem zmian wydawniczo-formalnych tj.: 1990–2002 (red. K. Kaszuba), 2002–2005 (red. A. Achmatowicz-Schwendimann), 2005–2007 (red. J. Pieńkowska) i od 2008 (red. J. Szmidt). Należy także poszerzać badania nad propagowanymi przez pismo treściami, nad funkcjami, jakie pełnił, oraz nad jego rolą i znaczeniem dla czytelniczek i czytelników.

Bibliografia

- Adamik-Szysiak, Małgorzata. „Grupa Bauer Media w Polsce. Działalność i kierunek rozwoju”, w: Lidia Pokrzycka (red.), *Inwestycje koncernów na polskim rynku medialnym. Wybrane zagadnienia*, (Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2012).
- Błaszczak, Anna. „Kolejny rok mobilizacji”, *Rzeczpospolita*, nr 71, 2003, B3.
- Ćwik, Urszula. „Zagadnienie praw kobiet na łamach «Kobiety i Życia» (1970–1989)”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobietych*, nr 1(1), 2016, 66–83.

- Dąbrowska-Cendrowska, Olga. „Czy prasa kobieca potrzebuje gatunków dziennikarskich”, *Media i Społeczeństwo*, nr 6, 2016, 183–197.
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga. „Krystyna Kofta jako reprezentantka felietonistów «Twojego Stylu» w latach 1990–2009”, w: Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Jerzy Snopek (red.), *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?*, (Warszawa: Wydawnictwo Adama Marszałka, 2011).
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga. *Niemieckie koncerty prasowe w Polsce w latach 1989–2008. Działalność wydawnicza, upowszechnianie treści, sposoby oddziaływania na czytelników*, (Warszawa: Wydawnictwo Elipsa, 2009).
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga. „Segment magazynów true story w Polsce i w Wielkiej Brytanii. Analiza na podstawie «Chwili dla Ciebie» i «Take a Break»”, *Media i Społeczeństwo*, nr 12, 2020, 244–261.
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga. „Wysokonakładowe magazyny lifestylowe w Polsce w pierwszej dekadzie XXI w. – kryzys, stagnacja czy rozwój”, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, nr 16, 2013, 119–136.
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga. *Zmieniająca się rzeczywistość prasy kobiecej w Polsce w latach 1989–2019*, (Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2020).
- Dajnowicz, Małgorzata. „Zwierciadło» – platforma polityczna Ligi Kobiet w okresie PRL (1957–1961, 1982–1987)”, *Rocznik Historii Prasy Polskiej*, nr 3, 2017, 67–90.
- Dajnowicz, Małgorzata. „Wzorce aktywności publicznej kobiet w początkach transformacji ustrojowej w Polsce w świetle «Kobiety i Życia» i «Urody» (1989–1995)”, w: Teresa Kulak, Małgorzata Dajnowicz (red.), *Drogi kobiet do polityki (na przestrzeni XVIII–XXI w.)*, (Wrocław: Wydawnictwo Chronicom, 2016).
- Dzierżyńska-Mielczarek, Jolanta. „Wydawnictwo Bauer – tradycyjny wydawca w cyfrowym świecie”, *Zarządzanie Mediami*, t. 9, 2021, 207–221.
- Dziwisińska, Joanna. „Bauer bardziej prestiżowy”, *Media i Marketing Polska*, nr 45, 2005, 12.
- Filas, Ryszard. „Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys”, *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, 2007, 7–41.
- Franke, Jerzy. *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918: w kręgu ofiary i poświęcenia*, (Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, 1999).

- Gałczyńska, Alicja. „Jak się zachować... Porady w polskiej prasie kobiecej. Zarys problematyki”, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, t. 9(20), 2017, 89–97.
- Gedymin, Andrzej. „Magazyn dla inteligentnych kobiet, czyli «Twój Styl»”, *Rynek Prasowy*, nr 3, 1992, 14–15.
- Hachaj, Justyna. „Analiza treści tematów z okładek «Twojego Stylu»”, w: Ewa Jaska (red.), *Media w społeczeństwie informacyjnym*, t. 2, (Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 2010).
- Kłusek, Olivia. *Trywializacja feminizmu. Pop-feminizm, latte-feminizm i girl power w kobiecej prasie ilustrowanej segmentu luksusowego*, (Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2017).
- Korwin-Piotrowska, Karolina. *Ćwiartka raz*, (Warszawa: Prószyński i Media, 2014).
- Kozłowska, Anna. „O aktywności społeczno-ekonomicznej kobiet w czasopiśmie «Twój Styl»”, *Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Studia i Prace*, nr 3, 2012, 113–135.
- Kubiształ, Anna. „Analiza postmodernistycznych tekstów wizualnych”, *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica*, nr 13, 2010, 517–539.
- Lisowska-Magdziarz, Małgorzata. *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2008).
- Maj, Ewa. „Wzorzec parlamentarzystki w prasie dla kobiet w Polsce międzywojennej”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobięcych*, nr 1(6), 2019, 73–104.
- McRobbie, Angela. “More! New Sexualities in Girls and Women’s Magazines”, w: Angela McRobbie (red.), *Back to Reality? Social Experience and Cultural Studies*, (Manchester: Manchester University Press, 1997).
- Menéndez, Maria Isabel. „Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clacificación”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nr 1, 2013, 191–206.
- Mielczarek, Tomasz. *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, (Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007).
- Mielczarek, Tomasz. *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*, (Kraków: Universitas, 2018).

- Musiałek, Grzegorz. „Władcy papierowych światów”, *Cash*, nr 10, 1994, 16.
- Nieć, Mateusz. „Pisma opinii i czasopisma *life style* – dwie koncepcje rynkowego dziennikarstwa (analiza *Polityki*, *Wprost*, *Elle*, *Playboya* i *Twojego Stylu*), *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, 2010, 7–29.
- Prewęczka, Katarzyna. „Pieńkowska kieruje «Twoim Stylem»”, *Media i Marketing Polska*, nr 7, 2005, 8.
- Prewęczka, Katarzyna. „Wierny «Twój Styl»”, *Media i Marketing Polska*, nr 12, 2002, 20.
- Przybysz-Stawska, Monika. *Książka na łamach wybranych czasopism w Polsce u progu XXI wieku*, (Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2013).
- Sokół, Zofia. *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, (Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, 1995).
- Surendra, Anna. *Moda językowa na zapożyczenia angielskie w prasie kobiecej*, (Poznań: Wydawnictwo Naukowe Silva Rerum 2019).
- Trzop, Beata. *Typy kultury popularnej na łamach czasopism kobiecych*, (Zielona Góra: Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, 2005).
- Walczak-Szwed, Anna. „Prasa jako narzędzie społecznej i politycznej aktywizacji kobiet w latach 1989–1992. Polska prasa dla kobiet w czasie transformacji ustrojowej”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobięcych*, nr 2(9), 2020, 110–137.
- Wodniak, Katarzyna. *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki*, (Warszawa: Wydawca SBP, 2004).
- Zajko-Czochańska, Justyna. „Kobiety i wybory na łamach «Przyjaciółki» w latach 1956–1976”, *Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobięcych*, nr 1(6), 2019, 138–150.
- Zalewska, Zofia. *Czasopisma kobiece w Polsce: materiały do historii czasopism 1818–1937*, (Warszawa: Wyższa Szkoła Dziennikarska, 1938).
- Zierkiewicz, Edyta. „Czasopisma life-stylowe dla mężczyzn – (pozorna) opozycja dla prasy kobiecej”, *Studia Socjologiczne*, nr 1, 2008, 45–75.
- Zierkiewicz, Edyta. *Prasa jako medium edukacyjne. Kulturowe reprezentacje raka piersi w czasopismach kobiecych*, (Kraków: Wydawnictwo Impuls, 2013).

Zierkiewicz, Edyta. „Prasa kobieca versus pisma feministyczne. Między «dobrowolnym» zniewoleniem a «wymuszoną» emancypacją?», w: Edyta Zierkiewicz, Iwona Kowalczyk (red.), *Kobiety w kulturze popularnej*, (Wrocław: Wydawnictwo Konsola, 2002).

Źródła internetowe

- Lisowski, Krzysztof, *Zawodowstwo nie ma płci* [online] [dostęp: 12.12.2018]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/jacek-szmidt-zawodowstwo-nie-ma-plci>>.
- „Odświeżony Twój Styl na 20. urodziny” [online] [dostęp: 12.10.2019]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/odswiezony-twoj-styl-na-20-urodziny>>.
- Rapiej, Gabriela. *Pierwsza redaktor naczelna i założycielka „Twojego Stylu” opowiada o swojej recepcie na sukces* [online] [dostęp: 12.12.2020]. Dostępny w World Wide Web: <<https://www.ofeminin.pl/swiat-kobiet/kariera/jej-sukces-twoj-styl-wywiad-z-krystyna-kaszuba/59vs55v>>.
- „W «Twoim Stylu» już 25 lat rządzą czytelniczki” [online] [dostęp: 12.12.2018]. Dostępny w World Wide Web: <<http://dziendobry.tvn.pl/a/w-twoim-stylu-juz-25-lat-rzadza-czytelniczki>>.