

SPIS TREŚCI

WSTĘP	11
-----------------	----

Rozdział I

REPORTAŻ NA POLSKIM RYNKU KSIĄŻKI DO 1989 ROKU	25
---	-----------

FORMY PREREPORTAŻOWE W WYDAWNICTWACH OKRESU ZABORÓW	28
Reportaż w służbie Wielkiej Wojny	36
REPORTAŻ A MIĘDZYWOJENNA PRODUKCJA KSIĘGARSKA	43
Kategoryzacja międzywojennych reportaży książkowych	46
Reportaż książkowy na tle produkcji wydawniczej dwudziestolecia	53
KSIĄŻKI REPORTAŻOWE I OKOŁOREPORTAŻOWE PODCZAS II WOJNY ŚWIATOWEJ	58
REPORTAŻ KSIĄŻKOWY W OKRESIE POLSKI LUDOWEJ	65
Książki reportażowe w obiegu oficjalnym	66
Książki reportażowe w drugim obiegu i na emigracji	71
Reportaż w powojennych seriach książkowych	74
Reportaże książkowe i prasowe w życiu literacko-kulturalnym PRL-u	78
MIĘDZY KSIĄŻKĄ A PRASĄ – ZALEŻNOŚCI I KONKLUZJE	83

Rozdział II

OD „DYSKURSU DOMINUJĄCEGO” DO WIELOŚCI DYSKURSÓW. REPORTAŻ KSIĄŻKOWY PO PRZEŁOMIE	85
--	-----------

REPORTAŻ WOBEC PRZEŁOMU 1989 ROKU	89
REPORTAŻ A „DYSKURS DOMINUJĄCY”	99
REPORTAŻ MIĘDZY KANONEM A RANKINGIEM	112
REPORTAŻ NA POGRANICZU DYSKURSÓW	123
Dyskurs mediów cyfrowych	123
Dyskurs popkultury	127
Dyskurs intermedialny	130
OD „DYSKURSU DOMINUJĄCEGO” DO WIELOŚCI DYSKURSÓW	140

Rozdział III

REPORTAŻ KSIĄŻKOWY W DOBIE KONWERCENCJI – STRATEGIE ADAPTACJI 143

REPORTAŻ W KULTURZE KONWERCENCJI	146
W REALIACH RYNKU – STRATEGIE KOMERCJALIZACJI	154
Aspekt technologiczny: nowe metody promocji i dystrybucji.	158
Aspekt ekonomiczny: instytucjonalna współpraca	160
Aspekt społeczno-kulturowy: aktywizacja odbiorców	165
WOBEC ODBIORCY – STRATEGIE INTERAKTYWNOŚCI	170
Interaktywność zewnątrztekstowa	172
Interaktywność wewnątrztekstowa	178
W STRONĘ AUTORA – STRATEGIE PODMIOTOWOŚCI	184
„Ja” reportera – wymiar tekstualny	185
Podmiot reporterski w wymiarze społeczno-kulturowym	196
W UNIWERSUM KONWERCENCJI – WNIOSKI KOŃCOWE	201

Rozdział IV

AGREGACYJNOŚĆ WSPÓŁCZESNYCH POLSKICH REPORTAŻY KSIĄŻKOWYCH 205

MIĘDZY HYBRYDĄ A PROJEKTEM – REPORTAŻ KSIĄŻKOWY JAKO AGREGAT	208
Reportaże jako hybrydy gatunkowo-rodzajowe	212
Reportaże jako hybrydy medialne	216
Agregacyjność materialna i projektowość reportażu.	221
GODNOŚĆ FORMY. GATUNKOWE AGREGACJE MARIUSZA SZCZYGŁA.	225
JACEK HUGO-BADER – REPORTER „MULTIMEDIALNY”	240
PROJEKT: KSIĄŻKA. TRANSMEDIALNE OPowieści FILIPA SPRINGERA	254
AGREGACYJNE PRZEOBRAŻENIA REPORTAŻU – PODSUMOWANIE	268

Rozdział V

HYBRYDYCZNIE I PROJEKTOWO – „UWENĘTRZNIANIE” RZECZYWISTOŚCI W REPORTAŻACH DOBY PRZEMIAN 271

REPORTAŻ KSIĄŻKOWY JAKO TROP RZECZYWISTOŚCI	274
AGREGACYJNA RZECZYWISTOŚĆ – AGREGACYJNY REPORTAŻ	282
Reportaż ponowoczesny?	284
Od agregacji do konwergencji w reportażu.	289

AGREGACYJNOŚĆ JAKO „UWEWNĘTRZNIE” RZECZYWISTOŚCI W REPORTAŻU	296
Reporterskie „światy równoległe”	296
Reportaż między „obnażaniem” a „podglądactwem” medialnym	301
„Uwewnętrznienie” reportażu jako oswajanie ponowoczesności	306
AKSJIOLOGIA PRZEMIAN I ADAPTACJI POLSKICH REPORTAŻY KSIĄŻKOWYCH	311
 ZAKOŃCZENIE.	315
 BIBLIOGRAFIA	323
 WYKAZ SKRÓTÓW.	356
 INDEKS OSÓB.	357
 SUMMARY	371
 ZUSAMMENFASSUNG	373